

## Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Atribut Produk Beberapa Jenis Sayuran Minor

Soetiarso, T.A.

Balai Penelitian Tanaman Sayuran, Jl. Tangkuban Parahu No. 517, Lembang, Bandung 40391  
Naskah diterima tanggal 5 Mei 2010 dan disetujui untuk diterbitkan tanggal 26 Oktober 2010

**ABSTRAK.** Penelitian bertujuan mengidentifikasi persepsi konsumen terhadap atribut produk sayuran minor sesuai dengan preferensinya. Penelitian survai konsumen dilaksanakan di Kotamadya Bandung, Jawa Barat pada bulan Juni-Agustus 2006. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja, sedangkan pemilihan responden ibu rumah tangga sebanyak 49 orang dilakukan secara acak. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan kuesioner terstruktur. Pada penelitian ini komoditas sayuran minor (*under-utilized/indigenous*) yang dipilih adalah paria, selada air, oyong, leunca, dan kemangi. Preferensi konsumen terhadap atribut kualitas sayuran minor dianalisis dengan teknik peringkat (ranking) dan diuji dengan *Chi-square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sayuran kemangi dan oyong lebih disukai konsumen daripada paria, leunca, dan selada air. Konsumen relatif jarang memanfaatkan kelima jenis sayuran minor tersebut, yaitu satu kali sebulan atau lebih. Dua kendala utama dalam konsumsi sayuran minor adalah terbatasnya variasi menu masakan untuk selada air, oyong, dan kemangi, dan rasa yang kurang enak untuk paria dan leunca. Secara umum konsumen menempatkan atribut kemudahan memperoleh di pasar pada urutan pertama dalam mengonsumsi kelima jenis sayuran minor tersebut, dan berturut-turut diikuti oleh rasa, kemultigunaan (sebagai obat), gizi, daya simpan, dan harga. Sementara itu, preferensi konsumen terhadap atribut kualitas kelima jenis sayuran minor sesuai urutan pertimbangannya dalam memilih atau membeli adalah: (1) paria: panjang sedang (20 cm), diameter buah sedang (5 cm), permukaan buah bergerigi sedikit-banyak, bentuk buah lurus, kekerasan buah sedang, warna daging putih kehijauan, daging tebal, rasa agak pahit, dan jumlah biji sedikit, (2) selada air: warna daun hijau muda, ukuran tangkai sedang, jumlah daun/tangkai sedang-banyak, kekerasan daun renyah, dan rasa agak manis, (3) oyong: warna kulit hijau muda, panjang sedang (30 cm), diameter sedang (5 cm), kekerasan buah sedang, bentuk buah lurus, warna daging putih, serta jumlah biji sedikit, (4) leunca: warna buah hijau muda, ukuran buah sedang, kekerasan buah renyah, jumlah daun/tangkai banyak, dan rasa manis, (5) kemangi: warna daun hijau muda-tua, ukuran daun sedang (diameter 3,5 cm), jumlah daun/tangkai sedang-banyak, bau/aroma sedang-menyengat, tidak ada bunga, dan jumlah cabang/tangkai banyak. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar untuk memperbaiki atribut sayuran minor sesuai dengan preferensi konsumen serta upaya untuk meningkatkan potensi ekonomis komoditas tersebut.

Katakunci: Sayuran minor; Atribut produk; Persepsi; Preferensi.

**ABSTRACT.** Soetiarso, T. A. 2010. **Consumer's Perception and Preference on Product Attributes of Some Under-utilized (Minor) Vegetables.** The study was aimed to identify consumer's perception on some under-utilized (minor) vegetables product attributes that reflected their preferences. A consumer survey was carried out in Bandung, West Java from June to August 2006. Survey location were purposively selected, while 49 household mothers were randomly chosen. Data were collected through interviews by using a structured questionnaire. Minor vegetables included in this study were bitter melon, water cress, ridged melon, night shade, and basil. Consumer preferences on product attributes of minor vegetables were analyzed by using a ranking technique and tested with Chi-square. Results indicated that basil and ridged melon were more preferred by consumers than bitter melon, night shade, and water cress. Those five minor vegetables were rarely consumed once a month or more by consumers. Two main constraints of the low consumption as perceived by consumers were limited menu variation for water cress, ridged melon, and basil and taste was not good for bitter melon and night shade. In general, consumers considered the easiness to obtain the minor vegetables in the market as the most important product attribute and subsequently followed by taste, multi-usage (for medicine), nutrition, storage life, and price. Meanwhile, consumer preferences on product attributes for each minor vegetables were as follow: (1) bitter melon: medium length (20 cm), medium fruit diameter (5 cm), less to much serrated of fruit surfaces, straight fruit shape, medium fruit hardness, greenish-white flesh color, thick flesh, less bitter, and less number of seeds, (2) water cress: light green leaf color, medium size of branch, medium to much number of leaves/branches, crispy leaves, and slightly sweet, (3) ridged melon: light green skin color, medium length (30 cm), medium diameter (5 cm), medium fruit hardness, straight fruit shape, white flesh color and less number of seeds, (4) night shade: light green fruit color, medium fruit size, crisp fruit hardness, much number of fruits/branches and sweet taste, (5) basil: light to dark green leaves, medium leaf size (diameter 3.5 cm), medium to much number of leaves, medium to strong aroma, no flower, and much number of branches. Results of this consumer survey may be used as a preference-based feedback for improving the product attributes of minor vegetables to increase their economic potentials.

Keywords: Minor (under-utilized) vegetables; Product attribute; Perception; Preference.

Upaya mengoreksi gejala defisiensi mikronutrien seringkali terkendala oleh pasokan sayuran bersifat musiman yang mengakibatkan terjadinya fluktuasi harga, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap tingkat konsumsi. Salah satu upaya yang direkomendasikan untuk memecahkan masalah ini adalah melalui penggalan dan pemanfaatan spesies sayuran secara lebih beragam (AVRDC 1999). Upaya penggunaan spesies sayuran yang lebih beragam pada dasarnya sejalan dengan perhatian dan kebutuhan yang semakin meningkat berkaitan dengan konservasi biodiversitas (Tripp 1996).

Program penelitian sayuran hingga kini masih menitikberatkan pada beberapa komoditas sayuran prioritas seperti cabai merah, bawang merah, kentang, kubis, dan tomat yang dipilih berdasarkan justifikasi luas areal panen dan kontribusi produksinya. Data statistik tahun 2008 menunjukkan bahwa luas areal panen cabai merah menduduki urutan pertama (10,63%) dari total luas areal panen sayuran di Indonesia. Sementara bawang merah, kentang, kubis, dan tomat menempati urutan ketiga (8,89%), keempat (6,25%), kelima (5,99%), dan kesembilan (5,17%). Dari sisi kontribusinya terhadap produksi sayuran nasional, kubis menempati urutan pertama (13,19%), dan berturut-turut pada urutan kedua-kelima ditempati oleh kentang (10,68%), bawang merah (8,51%), tomat (7,23%), dan cabai merah (6,93%) (Direktorat Jenderal Hortikultura 2009). Sementara itu, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa berbagai komoditas sayuran minor masih tetap dimanfaatkan di masyarakat, walaupun cenderung dalam skala kecil dan bersifat lokal spesifik. Meskipun demikian, pemanfaatannya oleh petani kecil masih memiliki keunggulan komparatif (Marsh 1998), dan dapat membantu petani kecil untuk mengurangi risiko serta melakukan diversifikasi output sehubungan dengan fluktuasi harga sayuran mayor. Hal ini menggambarkan bahwa sayuran minor dapat memberikan kontribusi terhadap pasokan pangan secara keseluruhan (Babu 2000).

Di sisi lain, kenyataan yang terjadi menunjukkan bahwa perhatian publik, khususnya dari sisi penelitian terhadap kelompok sayuran ini masih sangat minimal, bahkan cenderung terabaikan. Akibatnya, keberadaan kelompok sayuran minor ini mulai terancam karena

digantikan oleh beberapa spesies kultivasi. Sejalan dengan hal tersebut, hasil studi beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa, status keragaman genetik tanaman sayuran secara global mengalami erosi genetik yang cukup tinggi (Cromwell 1999). Selain itu, ancaman tergantikannya kelompok sayuran minor oleh spesies kultivasi, sekaligus juga membahayakan status keberadaan pengetahuan *indigenous* yang berkaitan dengan budidaya, pemanfaatan (sebagai alternatif sumber protein, vitamin, mineral, dan serat yang relatif murah), serta konservasi sayuran minor. Sebagai sumber gizi (dari 100 g berat bahan segar), kandungan protein leunca (4,7 g) dan kemangi (4,0 g) lebih tinggi dibandingkan dengan buncis (2,4 g), kubis (1,4 g), dan tomat (1,0 g), sedangkan kandungan mineral kalsium (Ca) pada leunca (210 mg) dan selada air (182 mg) juga masih lebih unggul dibandingkan dengan kacang panjang, kangkung, dan kubis yang masing-masing hanya sebesar 165, 73, dan 46 mg. Sementara bila ditinjau dari kandungan vitamin, kemangi dan selada air memiliki kandungan vitamin A (5000 dan 2420 SI) yang masih lebih besar dari bayam (1015 SI). Demikian halnya dengan kandungan vitamin C pada paria (52 mg), ternyata masih berada di atas tomat (34 mg) (Wirakusumah 2006).

Bila dikaitkan dengan isu pengembangan sayuran minor, maka upaya untuk mengangkat potensi manfaat sayuran minor agar dapat sejajar atau bersaing dengan sayuran mayor yang telah berkembang terlebih dahulu merupakan suatu keharusan. Pengembangan kelompok sayuran ini tidak hanya direncanakan secara matang dari sisi produksi, tetapi juga harus dipertimbangkan aspek kelayakan pemasarannya (Felker 1996, O'dell *et al.* 1996). Dalam hal ini, konsep pemasaran harus berorientasi pada kepentingan konsumen (berfokus pada pasar), berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut, maka studi awal yang perlu dilakukan guna mendukung upaya perbaikan potensi ekonomis sayuran minor ialah dengan mempelajari bagaimana perilaku konsumen dalam menilai dan memanfaatkan komoditas tersebut. Pada dasarnya perilaku lebih mengacu pada apa yang telah dan sedang dikerjakan oleh seorang konsumen, atau

dengan kata lain perilaku lebih menitikberatkan pada tindakan yang dilakukan oleh individu, dalam hal ini tindakan pembelian dan penggunaan produk. Perilaku konsumen dalam mempersepsi atribut produk yang sesuai dengan preferensinya dapat dijadikan sebagai dasar untuk perbaikan dan pengembangan suatu produk, serta seleksi dan perbaikan varietas (Purnomo *et al.* 1996, Rebin *et al.* 2002). Di samping itu, dengan diketahuinya atribut (sayuran minor) yang diinginkan oleh konsumen, dapat dijadikan sebagai dasar atribut mana yang perlu untuk diperbaiki (Hoffman dan Franke 1986, Kara *et al.* 1996). Tujuan dari penelitian adalah untuk mengidentifikasi persepsi konsumen terhadap atribut produk sayuran minor yang sesuai dengan preferensinya.

## BAHAN DAN METODE

Penelitian dilaksanakan di Kotamadya Bandung, Jawa Barat pada bulan Juni-Agustus 2006. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja, dengan pertimbangan bahwa Kotamadya Bandung sebagai daerah urban mempunyai komposisi masyarakat yang beragam (heterogen), sehingga Kotamadya Bandung dianggap dapat mewakili konsumen dari segala golongan (Soetiarso dan Marpaung 1995).

Pemilihan kecamatan dan kelurahan dilakukan secara acak, serta berdasarkan penarikan contoh, diperoleh Kelurahan Cigereleng, Kecamatan Regol. Responden pada penelitian ini adalah ibu rumah tangga sebanyak 49 orang yang dipilih secara acak. Pemilihan responden/konsumen ibu rumah tangga dilakukan dengan pertimbangan bahwa kelompok konsumen ini merupakan konsumen yang paling banyak mengonsumsi sayuran (Mahfoedi 1978 *dalam* Sunarjono dan Solvia 1993).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survai, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara menggunakan kuesioner terstruktur. Pada kegiatan ini komoditas sayuran minor yang diteliti adalah paria (*Momordica charantia*), selada air (*Nasturtium officinale*), oyong (*Luffa acutangula*), leunca (*Solanum nigrum*), dan kemangi (*Ocimum basilicum*), dengan maksud untuk memperbaiki atau meningkatkan potensi ekonomis sayuran minor tersebut.

Data yang dihimpun mencakup (1) informasi karakteristik responden, yang terdiri dari usia, pendidikan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, dan total pengeluaran/bulan, (2) pola pembelian dan pola konsumsi, meliputi frekuensi dan waktu konsumsi, tempat pembelian, jenis masakan, dan kendala konsumsi sayuran minor, (3) persepsi responden terhadap sayuran minor menyangkut atribut produk (kandungan gizi tinggi, kegunaan multi sebagai obat, rasa enak, daya simpan, harga mahal, dan mudah diperoleh di pasar), serta urutan kepentingannya dalam menilai atribut produk tersebut, dan (4) preferensi responden terhadap kategori/kriteria atribut kualitas produk dan urutan pertimbangan konsumen dalam memilih/membeli sayuran minor. Atribut kualitas produk untuk sayuran: (a) paria, mencakup ukuran panjang dan diameter buah, permukaan buah, kekerasan buah, jumlah biji, ketebalan daging, bentuk buah, rasa, dan warna daging, (b) selada air, mencakup warna daun, ukuran tangkai, jumlah daun/tangkai, kekerasan daun, dan rasa, (c) oyong, mencakup warna kulit dan daging, panjang dan diameter buah, serta kekerasan buah, (d) leunca, mencakup ukuran buah, warna buah, jumlah buah/tangkai, kekerasan buah, dan rasa, (e) kemangi, mencakup ukuran daun, warna daun, jumlah daun/tangkai, bunga, aroma, dan jumlah cabang/tangkai.

Data karakteristik responden, pola pembelian, dan pola konsumsi dianalisis secara deskriptif. Data persepsi responden menyangkut atribut produk diukur berdasarkan skala *Likert* (1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = cukup setuju, 4 = setuju, 5 = sangat setuju). Untuk menganalisis preferensi responden/konsumen berdasarkan kategori masing-masing atribut kualitas komoditas yang diukur dengan skala nominal dan ordinal digunakan uji statistik nonparametrik dengan *Chi-square* (Siegel 1997). Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% ( $P=0,05$ ). Perangkat lunak yang digunakan untuk analisis *Chi-square* adalah SPSS ver. 15.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

di mana:

$\chi^2$  = Nilai angka yang memberikan keterangan hasil observasi.

$O_i$  = Jumlah kasus yang diobservasi pada kategori ke-i.

$E_i$  = Jumlah kasus yang diharapkan pada kategori ke-i, jika  $H_0$  benar.

( $H_0$  = Proporsi kasus-kasus dalam setiap kategori adalah sama).

$k$  = jumlah kategori.

Untuk menentukan urutan yang memengaruhi pertimbangan konsumen/responden dalam melakukan pembelian komoditas digunakan teknik peringkat (ranking). Prosedur penentuan urutan dilakukan dengan cara memberikan nilai urutan berdasarkan pertimbangan responden dalam melakukan pembelian. Pada komoditas selada air dan leunca yang terdiri dari lima atribut kualitas yang dinilai, maka urutan peringkatnya adalah 1-5. Sementara itu untuk kemangi, oyong, dan paria yang masing-masing terdiri dari 6, 7, dan 8 atribut kualitas yang dinilai, maka urutan peringkatnya adalah 1-6, 1-7, dan 1-8. Atribut kualitas yang memiliki urutan kecil (1) adalah atribut kualitas yang paling penting dan paling dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian, serta semakin besar urutan yang diberikan oleh konsumen (8), maka atribut kualitas komoditas tersebut dianggap tidak terlalu

penting dan menjadi pertimbangan terakhir bagi konsumen dalam melakukan pembelian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden konsumen rumah tangga usia 31-60 tahun mendominasi struktur usia responden. Lebih dari separuh responden memiliki latar belakang pendidikan formal yang relatif cukup baik, yaitu SMA (Sekolah Menengah Atas) dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga. Mayoritas responden masih dapat digolongkan sebagai keluarga kecil, yaitu yang diindikasikan oleh jumlah anggota/tanggung keluarga  $\leq 5$  orang, dan pengeluaran per bulan  $\leq$  Rp2.000.000,00.

### Pola Pembelian dan Pola Konsumsi

Ditinjau dari frekuensi konsumsi rerata pada kelima jenis sayuran minor yang diteliti (Tabel 2), terdapat kecenderungan yang sama, yaitu konsumen relatif jarang (hanya satu kali dalam 1 bulan atau lebih) mengonsumsi sayuran paria (42,85%), oyong (44,90%), leunca (48,98%), selada air (55,10%), dan kemangi

**Tabel 1. Karakteristik responden (*Respondents' characteristics*)**

Karakteristik responden ( <i>Respondents' characteristics</i> )	Frekuensi ( <i>Frequency</i> )	%	
Usia ( <i>Age</i> ), tahun ( <i>year</i> )	$\leq 30$	6	12,24
	31-40	13	26,53
	41-50	12	24,49
	51-60	12	24,49
	$> 60$	6	12,24
Pendidikan ( <i>Education</i> )	SD ( <i>Elementary school</i> )	11	22,45
	SMP ( <i>Middle school</i> )	10	20,41
	SMA ( <i>High school</i> )	17	34,69
	Universitas ( <i>University</i> )	11	22,45
Pekerjaan ( <i>Occupation</i> )	PNS ( <i>Government official</i> )	2	4,08
	Swasta ( <i>Private company or entrepreneur</i> )	12	24,49
	Ibu rumah tangga ( <i>Household mother</i> )	35	71,43
Jumlah anggota keluarga ( <i>Number of family member</i> ), orang ( <i>person</i> )	$\leq 3$	4	8,16
	4	19	38,78
	5	14	28,57
	6	12	24,49
	$> 6$	4	8,16
Pengeluaran/bulan ( <i>Expenditure/month</i> ), Rp	$\leq 2.000.000,00$	37	75,51
	$> 2.000.000,00 - 4.000.000,00$	11	22,45
	$> 4.000.000,00$	1	2,04

(55,11%). Menurut konsumen, penyebab utama kurang diminatnya kelima jenis sayuran minor karena terbatasnya menu makanan yang dapat dibuat dari bahan tersebut. Sementara itu, ditinjau dari pernyataan konsumen yang tidak pernah mengonsumsi, sayuran minor paria dan leunca memiliki persentase lebih tinggi (8,16%) dibandingkan dengan selada air dan oyong (4,08%), serta leunca (2,03%). Hal ini mengindikasikan bahwa paria dan leunca relatif kurang dikenal oleh konsumen.

Berdasarkan waktu terakhir mengonsumsi, Tabel 3 menunjukkan bahwa antara 1 hari sampai 4 minggu yang lalu, persentase responden yang mengonsumsi kemangi dan oyong menempati urutan teratas, yaitu sebesar 60,83 dan 57,45%, selanjutnya diikuti leunca (53,34%), selada air (48,94%), dan paria (46,67%), sedangkan responden yang terakhir mengonsumsi kemangi dan oyong lebih dari 1 bulan yang lalu persentasenya paling kecil dibandingkan dengan leunca, selada air, dan paria, yaitu hanya sekitar 29,17 dan 42,55%. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam kurun waktu 1 bulan terakhir, kemangi dan oyong masih lebih banyak dikonsumsi responden dibandingkan dengan leunca, selada air, dan paria. Selain

itu, kenyataan ini juga mengindikasikan bahwa ketiga jenis sayuran minor (leunca, selada air, dan paria) cenderung kurang dimanfaatkan/dipilih konsumen sebagai sumber protein, vitamin, dan mineral. Sementara bila ditinjau dari kandungan gizinya, protein leunca masih lebih tinggi 17,5% dibandingkan dengan kemangi. Demikian juga kandungan mineral kalsium (Ca) selada air (182 mg/100 g berat bahan segar) jauh lebih tinggi daripada kemangi (45 mg), serta vitamin C paria (52 mg) relatif sebanding dengan kemangi (50 mg) (Wirakusumah 2006).

Tabel 4 menunjukkan bahwa pasar tradisional merupakan tempat pembelian utama sayuran minor (paria, selada air, oyong, leunca, dan kemangi) bagi mayoritas responden (76,60-85,71%), dan di urutan kedua, responden lebih menempatkan pedagang sayur keliling. Alasan utama responden memilih pasar tradisional sebagai tempat pembelian karena jenis sayuran tersebut lebih banyak tersedia di pasar-pasar tradisional dibandingkan dengan di pasar swalayan (pasar modern). Selain lokasi pasar tradisional umumnya tidak terlalu jauh dengan tempat tinggal, responden memilih pasar tradisional sebagai tempat pembelian karena harganya juga relatif lebih murah.

**Tabel 2. Frekuensi konsumsi sayuran minor (*Frequency of minor vegetables consumption*)**

Komoditas (Commodity)	Frekuensi konsumsi (Frequency of consumption)	Frekuensi (Frequency)	%
Paria ( <i>Bitter gourd</i> )	Sering ( <i>Often</i> ): 1-2 kali seminggu ( <i>1-2 times a week</i> )	17	34,70
	Cukup sering ( <i>Quite often</i> ): 1 kali 2 minggu ( <i>Once every 2 weeks</i> )	7	14,29
	Jarang ( <i>Rarely</i> ): 1 kali sebulan atau lebih ( <i>Once a month or more</i> )	21	42,85
	Tidak pernah ( <i>Never</i> )	4	8,16
Selada air ( <i>Water cress</i> )	Sering ( <i>Often</i> ): 1-2 kali seminggu ( <i>1-2 times a week</i> )	12	24,49
	Cukup sering ( <i>Quite often</i> ): 1 kali 2 minggu ( <i>Once every 2 weeks</i> )	8	16,33
	Jarang ( <i>Rarely</i> ): 1 kali sebulan atau lebih ( <i>Once a month or more</i> )	27	55,10
	Tidak pernah ( <i>Never</i> )	2	4,08
Oyong ( <i>Ridged gourd</i> )	Sering ( <i>Often</i> ): 1-2 kali seminggu ( <i>1-2 times a week</i> )	16	32,65
	Cukup sering ( <i>Quite often</i> ): 1 kali 2 minggu ( <i>Once every 2 weeks</i> )	9	18,37
	Jarang ( <i>Rarely</i> ): 1 kali sebulan atau lebih ( <i>Once a month or more</i> )	22	44,90
	Tidak pernah ( <i>Never</i> )	2	4,08
Leunca ( <i>Night shade</i> )	Sering ( <i>Often</i> ): 1-2 kali seminggu ( <i>1-2 times a week</i> )	9	18,36
	Cukup sering ( <i>Quite often</i> ): 1 kali 2 minggu ( <i>Once every 2 weeks</i> )	12	24,49
	Jarang ( <i>Rarely</i> ): 1 kali sebulan atau lebih ( <i>Once a month or more</i> )	24	48,98
	Tidak pernah ( <i>Never</i> )	4	8,16
Kemangi ( <i>Basil</i> )	Sering ( <i>Often</i> ): 1-2 kali seminggu ( <i>1-2 times a week</i> )	13	26,53
	Cukup sering ( <i>Quite often</i> ): 1 kali 2 minggu ( <i>Once every 2 weeks</i> )	8	16,33
	Jarang ( <i>Rarely</i> ): 1 kali sebulan atau lebih ( <i>Once a month or more</i> )	27	55,11
	Tidak pernah ( <i>Never</i> )	1	2,03

**Tabel 3. Waktu terakhir mengonsumsi sayuran minor (*Last time of consuming minor vegetables*)**

Waktu terakhir mengonsumsi ( <i>Last time of consuming</i> )	Komoditas ( <i>Commodity</i> )									
	Paria ( <i>Bitter gourd</i> )		Selada air ( <i>Water cress</i> )		Oyong ( <i>Ridged gourd</i> )		Leunca ( <i>Night shade</i> )		Kemangi ( <i>Basil</i> )	
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1 – 6 hari lalu ( <i>days ago</i> )	12	26,67	11	23,41	11	23,41	8	17,78	13	27,08
1 – 4 minggu lalu ( <i>last week</i> )	9	20,00	12	25,53	16	34,04	16	35,56	21	43,75
>1 bulan lalu ( <i>last month</i> )	24	53,33	24	51,06	20	42,55	21	46,66	14	29,17

**Tabel 4. Tempat pembelian sayuran minor (*Location for purchasing minor vegetable*)**

Tempat pembelian ( <i>Location for purchasing</i> )	Komoditas ( <i>Commodity</i> )									
	Paria ( <i>Bitter gourd</i> )		Selada air ( <i>Water cress</i> )		Oyong ( <i>Ridged gourd</i> )		Leunca ( <i>Night shade</i> )		Kemangi ( <i>Basil</i> )	
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
Pasar tradisional ( <i>Traditional market</i> )	38	80,85	42	85,71	40	80,00	36	76,60	39	78,00
Pasar swalayan ( <i>Modern market</i> )	1	2,13	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	2,00
Pedagang sayur keliling ( <i>Moving vegetable vendor</i> )	7	14,89	7	14,29	8	16,00	8	17,02	6	12,00
Warung ( <i>Small shop</i> )	1	2,13	0	0,00	2	4,00	2	4,26	3	6,00
Menanam sendiri ( <i>Own crop</i> )	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	2,13	1	2,00

Tampaknya variasi masakan yang dapat dibuat dari sayuran kemangi lebih beragam dan merata tingkat penggunaannya dibandingkan dengan paria, selada air, oyong, dan leunca (Tabel 5). Secara berurutan kemangi banyak dimanfaatkan responden sebagai bahan masakan pepes, lalap, karedok, ulukutek, dan sambal goreng (oncom). Berdasarkan tingkat pemanfaatannya, paria, selada air, oyong, dan leunca merupakan jenis sayuran yang memiliki keterbatasan ditinjau dari segi variasi menu masakan yang dapat diolah dari bahan tersebut. Mayoritas jenis masakan yang dapat dibuat dari bahan baku oyong adalah sayur, sedangkan leunca dan selada air masing-masing lebih banyak dimanfaatkan responden sebagai bahan baku karedok, ulukutek, dan lalap, sedangkan paria lebih dipilih dan disukai responden sebagai bahan masakan tumis dan sambal goreng.

Kendala konsumen dalam mengonsumsi sayuran minor lebih dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pembatas dan menjadi pertimbangan mereka dalam mengonsumsi kelima jenis sayuran minor (paria, selada air, oyong, leunca, dan kemangi) sebagai menu masakan sehari-hari. Dalam mempertimbangan faktor pembatas tersebut, konsumen (ibu rumah tangga) tidak hanya mempertimbangkan selernya sendiri, tetapi juga mempertimbangkan selera dari semua anggota keluarga (termasuk anak-anak). Atas dasar hal tersebut, pada Tabel 6 terlihat bahwa konsumen menempatkan kendala utama dalam mengonsumsi paria dan leunca karena rasanya kurang enak, yaitu masing-masing sebesar 52,94 dan 42,86%, sedangkan terbatasnya menu masakan yang dapat dibuat dari bahan paria (21,57%) dan leunca (39,68%) ditempatkan sebagai kendala kedua. Menurut konsumen, rasa yang kurang enak/

**Tabel 5. Jenis masakan dari bahan sayuran minor (*Kinds of food from minor vegetable materials*)**

Jenis masakan ( <i>Kinds of food</i> )	Komoditas ( <i>Commodity</i> )									
	Paria ( <i>Bitter gourd</i> )		Selada air ( <i>Water cress</i> )		Oyong ( <i>Ridged gourd</i> )		Leunca ( <i>Night shade</i> )		Kemangi ( <i>Basil</i> )	
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
Sayur ( <i>Soup</i> )	0	0,00	1	1,82	45	91,84	0	0,00	0	0,00
Tumis ( <i>Sauted vegetables</i> )	23	44,23	4	7,27	4	8,16	1	1,52	0	0,00
Karedok, lotek, ulukutek ( <i>Peanut-spiced vegetables</i> )	0	0,00	9	16,36	0	0,00	57	86,36	16	17,58
Lalap ( <i>Salad</i> )	6	11,54	41	74,55	0	0,00	6	9,09	26	28,57
Pepes ( <i>Vegetable wrapped in banana leaf and steam</i> )	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	37	40,66
Sambal goreng ( <i>Vegetable fried in a spicy sauce</i> )	15	28,85	0	0,00	0	0,00	2	3,03	11	12,9
Baso tahu ( <i>Tofu balls</i> )	5	9,62	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Lainnya ( <i>Others</i> )	3	5,77	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	1,10

**Tabel 6. Kendala mengonsumsi sayuran minor (*Constraints of minor vegetables consumption*)**

Komoditas ( <i>Commodity</i> )	Kendala mengonsumsi ( <i>Constarints of consumption</i> )	Frekuensi ( <i>Frequency</i> )	%
Paria ( <i>Bitter gourd</i> )	Rasa ( <i>Taste</i> )	27	52,94
	Menu terbatas ( <i>Limited menu</i> )	11	21,57
	Ketersediaan ( <i>Availability</i> )	0	0,00
	Pantangan ( <i>Abstention</i> )	2	3,92
	Tidak komentar ( <i>No comment</i> )	11	21,57
Selada air ( <i>Water cress</i> )	Rasa ( <i>Taste</i> )	9	15,79
	Menu terbatas ( <i>Limited menu</i> )	38	66,67
	Ketersediaan ( <i>Availability</i> )	6	10,53
	Pantangan ( <i>Abstention</i> )	3	5,26
	Tidak komentar ( <i>No comment</i> )	1	1,75
Oyong ( <i>Ridged gourd</i> )	Rasa ( <i>Taste</i> )	8	16,00
	Menu terbatas ( <i>Limited menu</i> )	28	56,00
	Ketersediaan ( <i>Availability</i> )	1	2,00
	Pantangan ( <i>Abstention</i> )	3	6,00
	Tidak komentar ( <i>No comment</i> )	10	20,00
Leunca ( <i>Night shade</i> )	Rasa ( <i>Taste</i> )	27	42,86
	Menu terbatas ( <i>Limited menu</i> )	25	39,68
	Ketersediaan ( <i>Availability</i> )	0	0,00
	Pantangan ( <i>Abstention</i> )	7	11,11
	Tidak komentar ( <i>No comment</i> )	4	6,35
Kemangi ( <i>Basil</i> )	Rasa ( <i>Taste</i> )	8	15,09
	Menu terbatas ( <i>Limited menu</i> )	26	49,06
	Ketersediaan ( <i>Availability</i> )	1	1,89
	Pantangan ( <i>Abstention</i> )	3	5,66
	Tidak komentar ( <i>No comment</i> )	15	28,30

disukai dari paria dan leunca karena adanya rasa pahit bila dimakan. Meskipun rasa pahit pada paria dan leunca merupakan ciri khas dari kedua sayuran tersebut dan bagi sebagian konsumen (khususnya dewasa) mengonsumsi paria dan leunca karena menginginkan rasa tersebut, namun rasa pahit ini kurang disukai oleh anggota keluarga, terutama anak-anak. Hal inilah yang menyebabkan konsumen menempatkan rasa yang kurang enak sebagai kendala dalam mengonsumsi paria dan leunca.

Kendala utama konsumen dalam mengonsumsi selada air, oyong, dan kemangi lebih disebabkan oleh keterbatasan menu yang dapat dibuat dari bahan tersebut serta rasanya yang kurang enak ditempatkan sebagai kendala kedua. Bila dibandingkan dengan keempat jenis sayuran minor (paria, selada air, oyong, dan leunca), persentase konsumen yang mengatakan kemangi rasanya kurang enak relatif paling sedikit (15,09%) serta ditinjau dari tidak adanya komentar konsumen tentang sayuran kemangi juga paling banyak (28,30%), maka hal ini mengindikasikan bahwa kendala konsumen dalam mengonsumsi kemangi relatif lebih kecil. Sementara jika ditinjau dari ketersediaan kelima komoditas tersebut di pasar, kurang dari 11% mengatakan komoditas tersebut sulit diperoleh di pasar. Hal ini mengindikasikan bahwa kelima jenis sayuran tersebut relatif masih banyak dijual di pasar, khususnya pasar tradisional. Namun bagi sayuran minor tertentu seperti koro dan katuk, ketersediaannya di pasar cenderung diragukan konsumen (Adiyoga *et al.* 2008).

### Persepsi Konsumen

Persepsi responden/konsumen menyangkut beberapa atribut, yaitu kandungan gizi, kegunaan

multi, rasa, ketahanan simpan, harga, dan kemudahan memperoleh sayuran minor disajikan pada Tabel 7. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa, konsumen memiliki persepsi cukup setuju menyangkut kandungan gizi tinggi untuk sayuran paria, oyong, dan kemangi, sedangkan persepsi tidak setuju ditempatkan konsumen pada selada air dan leunca. Berkaitan dengan potensi multi guna, khususnya sebagai obat, konsumen mempersepsi ketidaksetujuan hanya untuk selada air, sedangkan untuk keempat komoditas lainnya konsumen memberikan persepsi cukup setuju. Menurut konsumen, selada air tidak dapat digunakan sebagai obat menyembuhkan penyakit, tetapi sebaliknya, mengonsumsi selada air dapat menyebabkan penyakit reumatik. Sementara itu, beberapa responden juga mengatakan bahwa oyong dapat digunakan sebagai obat panas dalam (mendinginkan perut), sedangkan paria dan leunca dapat digunakan untuk memancing selera dan menambah nafsu makan. Namun demikian, berkenaan dengan persepsi konsumen terhadap kegunaan multi tersebut, pada penelitian ini tidak dilakukan pengujian lebih lanjut (secara laboratorium).

Untuk atribut rasa, bila dikatakan (paria, selada air, oyong, leunca, dan kemangi) memiliki rasa enak hanya dipersepsi konsumen cukup setuju. Demikian pula untuk parameter harga dan kemudahan memperoleh di pasar, konsumen mempersepsi tidak setuju bila dikatakan kelima jenis sayuran tersebut harganya mahal, serta setuju bahwa sayuran minor tersebut mudah diperoleh di pasar. Responden tidak setuju selada air dan kemangi digolongkan sebagai jenis sayuran tahan disimpan. Sementara bobot persetujuan responden bahwa paria, oyong, dan

**Tabel 7. Persepsi konsumen terhadap atribut sayuran minor (*Consumer's perceptions on minor vegetable attributes*)**

Atribut (Attribute)	Persepsi konsumen (Consumer's perceptions)				
	Paria (Bitter gourd)	Selada air (Water cress)	Oyong (Ridged gourd)	Leunca (Night shade)	Kemangi (Basil)
Gizi (Nutrient)	3,17	2,49	3,10	2,41	2,51
Obat (Medicinal)	3,43	2,14	3,27	2,59	2,53
Rasa (Taste)	2,66	3,16	3,38	2,67	3,18
Daya simpan (Storage life)	3,30	2,22	3,40	3,35	2,43
Harga (Price)	2,38	1,94	2,27	1,94	1,90
Ketersediaan (Availability)	4,06	3,78	3,94	4,38	4,37

Rerata skor (Score average) 1,00–1,49 = sangat tidak setuju (*very disagree*); 1,50–2,49 = tidak setuju (*disagree*); 2,50–3,49 = cukup setuju (*enough agree*); 3,50–4,49 = setuju (*agree*); 4,50–5,00 = sangat setuju (*very agree*)

leunca tahan disimpan lama adalah cukup setuju. Hal ini tampaknya lebih disebabkan selada air dan kemangi yang merupakan sayuran daun dan secara fisiologis relatif lebih cepat rusak dibandingkan dengan sayuran buah seperti paria, oyong, dan leunca.

Tabel 8 menunjukkan urutan kepentingan persepsi konsumen sehubungan dengan beberapa atribut yang dikenakan pada sayuran minor. Berdasarkan urutan kepentingannya, konsumen lebih menempatkan kemudahan memperoleh di pasar pada urutan pertama dalam mengonsumsi kelima jenis sayuran minor. Hal ini mengindikasikan bahwa jenis sayuran minor tersebut relatif masih banyak tersedia dan cukup dikenal konsumen. Kecuali paria yang ditempatkan konsumen pada urutan ketiga dalam hal rasa enak, keempat sayuran minor lainnya ditempatkan konsumen pada urutan kedua, sedangkan urutan kepentingan persepsi konsumen terhadap kegunaan multi (dapat berfungsi sebagai obat) sayuran paria ditempatkan pada urutan kedua. Hal ini berarti bahwa, sayuran paria lebih memiliki potensi multi guna (sebagai obat) dibanding sayuran minor lainnya. Sementara itu, selada air dan kemangi ditempatkan konsumen pada urutan terakhir (urutan keenam) ditinjau dari kegunaan multinya.

## Preferensi Konsumen

### Paria

Hasil pengujian atribut kualitas paria disajikan pada Tabel 9. Dari sembilan atribut kualitas paria yang diuji, hanya permukaan buah yang tidak

berbeda nyata, sedangkan delapan atribut kualitas yang lain memberikan perbedaan yang nyata. Hal ini mengindikasikan bahwa, secara statistik preferensi konsumen terhadap permukaan buah relatif berimbang antara yang menyukai permukaan buah paria bergerigi sedikit, sedang, dan banyak.

Berdasarkan urutan kepentingannya, responden menempatkan ukuran buah sebagai pertimbangan pertama dalam memilih paria, serta sesuai dengan preferensinya responden lebih menyukai ukuran buah dengan panjang sedang (20 cm) dan diameter buah sedang (5 cm). Urutan kedua adalah permukaan buah. Meskipun secara statistik tidak berbeda nyata, namun 42,55% responden menyukai paria dengan permukaan buah yang bergerigi sedang. Pada urutan ketiga konsumen menempatkan bentuk buah (lurus) sebagai pertimbangannya. Sementara itu, konsumen menempatkan kekerasan buah (sedang) dan warna daging (putih kehijauan) pada urutan keempat dan kelima dalam memilih paria. Selanjutnya berturut-turut diikuti ketebalan daging (tebal), rasa buah (agak pahit), serta jumlah biji (sedikit).

### Selada Air

Kecuali jumlah daun dalam satu tangkai yang tidak berbeda nyata, hasil pengujian atribut kualitas selada air (Tabel 10) yang meliputi warna daun, ukuran batang/tangkai, kekerasan, dan rasa menunjukkan perbedaan yang nyata. Hal ini berarti bahwa dalam memilih selada air konsumen lebih menyukai selada air dengan warna daun hijau

**Tabel 8. Urutan kepentingan konsumen terhadap atribut sayuran minor (*Rank of importance of minor vegetable attribute as perceived by consumers*)**

Atribut (Attribute)	Urutan kepentingan (Rank of importance)				
	Paria (Bitter gourd)	Selada air (Water cress)	Oyong (Ridged gourd)	Leunca (Night shade)	Kemangi (Basil)
Gizi (Nutrient)	4 (3,72)	4 (4,20)	4 (3,52)	5 (3,98)	3 (4,00)
Obat (Medicinal)	2 (2,89)	6 (4,55)	3 (3,42)	4 (3,69)	6 (4,53)
Rasa (Taste)	3 (3,72)	2 (2,22)	2 (3,15)	2 (3,04)	2 (2,27)
Daya simpan (Storage life)	5 (4,02)	5 (4,39)	5 (4,06)	3 (3,39)	5 (4,18)
Harga (Price)	6 (4,45)	3 (3,59)	6 (4,21)	6 (4,35)	4 (4,10)
Ketersediaan (Availability)	1 (2,38)	1 (1,86)	1 (2,85)	1 (2,53)	1 (1,92)

Angka dalam kurung (*Number in bracket*) = rerata nilai urutan (*average of rank value*)

muda, ukuran batang/tangkai sedang, kekerasan daun yang renyah, dan rasa agak manis.

Hasil ranking atribut kualitas selada air menunjukkan bahwa, warna daun dan ukuran batang/tangkai merupakan pertimbangan pertama dan kedua yang memengaruhi responden saat memilih/membeli selada air. Urutan ketiga yang menjadi pertimbangan responden adalah jumlah daun dalam satu tangkai. Meskipun tidak berbeda nyata, namun dari kedua kategori (jumlah daun/tangkai banyak dan sedang), 59,18% responden menyukai selada air dengan jumlah daun/tangkainya banyak. Selanjutnya kekerasan

daun dan rasa lebih ditempatkan responden sebagai pertimbangan keempat dan kelima dalam memilih selada air.

### Oyong

Hasil pengujian ketujuh atribut kualitas oyong pada Tabel 11 menunjukkan perbedaan yang nyata. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas konsumen menghendaki oyong dengan warna kulit hijau muda, warna daging putih, ukuran panjang dan diameter sedang, kekerasan buah sedang, serta jumlah biji sedang dan bentuk buah lurus.

Berdasarkan urutannya, responden

**Tabel 9. Urutan kepentingan dan preferensi konsumen terhadap atribut kualitas paria (*Rank of importance and preference regarding quality attribute of bitter gourd as perceived by consumers*)**

Urutan kepentingan ( <i>Rank of importance</i> )		Atribut kualitas ( <i>Quality attribute</i> )	Kategori ( <i>Category</i> )	n			$\chi^2$ hitung ( <i>calculated</i> )	$\chi^2$ tabel ( <i>table</i> )
Peringkat ( <i>Ranking</i> )	Rerata ( <i>Average</i> )							
I	2,28	Panjang buah ( <i>Fruit length</i> )	Panjang ( <i>Long</i> ), 30 cm	10	23,02	**	5,99	
			Sedang ( <i>Medium</i> ), 20 cm	31				
			Pendek ( <i>Short</i> ), 15 cm	6				
		Diameter buah ( <i>Fruit diameter</i> )	Besar ( <i>Large</i> ), 6 cm	8				
			Sedang ( <i>Medium</i> ), 5 cm	35				
			Kecil ( <i>Small</i> ), 3,5 cm	4				
II	2,96	Permukaan buah ( <i>Fruit surface</i> )	Bergerigi banyak ( <i>Much serrated</i> )	11	2,60	tn ( <i>ns</i> )	5,99	
			Bergerigi sedang ( <i>Medium serrated</i> )	20				
			Bergerigi sedikit ( <i>Less serrated</i> )	16				
III	2,98	Bentuk buah ( <i>Fruit shape</i> )	Lurus ( <i>Straight</i> )	44	38,35	**	3,84	
IV	4,33	Kekerasan buah ( <i>Fruit Hardness</i> )	Bengkok ( <i>Bent</i> )	2	23,53	**	5,99	
			Keras ( <i>Hard</i> )	14				
V	4,37	Warna daging ( <i>Flesh color</i> )	Sedang ( <i>Medium</i> )	30	13,74	**	5,99	
			Empuk ( <i>Soft</i> )	3				
			Putih ( <i>White</i> )	18				
VI	5,72	Ketebalan daging ( <i>Flesh thickness</i> )	Putih kekuningan ( <i>Yellowish-white</i> )	4	55,61	**	5,99	
			Putih kehijauan ( <i>Greenish-white</i> )	24				
			Tebal ( <i>Thick</i> )	39				
VII	5,83	Rasa ( <i>Taste</i> )	Sedang ( <i>Medium</i> )	6	25,61	**	5,99	
			Tipis ( <i>Thin</i> )	1				
			Pahit ( <i>Bitter</i> )	4				
VIII	7,59	Jumlah biji ( <i>Number of seed</i> )	Agak pahit ( <i>Less bitter</i> )	31	51,44	**	5,99	
			Tidak pahit ( <i>Not bitter</i> )	11				
			Banyak ( <i>Much</i> )	1				
				7			5,99	
				38				

menempatkan warna kulit sebagai pertimbangan pertama dalam memilih oyong. Urutan kedua dan ketiga yang dipertimbangkan responden adalah ukuran panjang (sedang = 30 cm) dan diameter (sedang = 5 cm). Selanjutnya secara berturut-turut diikuti kekerasan buah, bentuk buah, serta warna daging, dan jumlah biji.

### Leunca

Pada Tabel 12 terlihat bahwa preferensi konsumen terhadap kelima atribut kualitas leunca berbeda nyata. Hal ini mengindikasikan bahwa, mayoritas responden menginginkan leunca dengan ukuran sedang, warna buah hijau muda, jumlah buah/tangkai banyak, kekerasan buah renyah, dan rasa buah yang manis. Beberapa pendapat konsumen yang dapat dihimpun menyatakan bahwa, konsumen lebih menyukai buah leunca yang berwarna hijau muda karena lebih renyah serta rasanya tidak terlalu pahit dan masih ada rasa manis, sedangkan buah leunca yang berwarna hijau tua rasanya lebih pahit, sementara yang berwarna hitam rasanya agak asam.

Urutan atribut kualitas yang memengaruhi konsumen saat memilih leunca menunjukkan

bahwa, warna dan ukuran buah merupakan prioritas pertama dan kedua yang paling dipertimbangkan konsumen saat memutuskan untuk membeli. Kekerasan buah dan jumlah buah/tangkai ditempatkan konsumen sebagai urutan ketiga dan keempat. Selanjutnya urutan terakhir (kelima) yang dipertimbangkan konsumen adalah rasa buah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Soetiarso dan Majawisastro 1994, Ameriana 1995a, 1995b) yang menyebutkan bahwa, petunjuk kualitas eksternal seperti warna, kekerasan, bentuk dan ukuran buah, serta petunjuk organoleptik seperti rasa, kekenyalan dan jumlah air buah merupakan petunjuk bagi konsumen dalam menilai kualitas sayuran.

### Kemangi

Hasil pengujian preferensi konsumen terhadap atribut kualitas kemangi (Tabel 13) menunjukkan bahwa warna daun (hijau muda-hijau tua), jumlah daun/tangkai (sedang-banyak) dan aroma (sedang-menyengat) tidak berbeda nyata. Hal ini mengindikasikan bahwa preferensi konsumen terhadap ketiga atribut kualitas tersebut relatif beragam. Meskipun responden tidak memiliki preferensi tertentu terhadap kriteria warna daun, namun berdasarkan hasil wawancara terungkap

**Tabel 10. Urutan kepentingan dan preferensi konsumen terhadap atribut kualitas selada air (*Rank of importance and preference regarding quality attribute of water cress as perceived by consumers*)**

Urutan kepentingan ( <i>Rank of importance</i> )		Atribut kualitas ( <i>Quality attribute</i> )	Kategori ( <i>Category</i> )	n			$\chi^2_{hitung}$ ( <i>calculated</i> )	$\chi^2_{tabel}$ ( <i>table</i> )
Peringkat ( <i>Ranking</i> )	Rerata ( <i>Average</i> )							
I	1,20	Warna daun ( <i>Leaf color</i> )	Hijau tua ( <i>Dark green</i> )	15	31,51	**	5,99	
			Hijau muda ( <i>Light green</i> )	33				
			Hijau kekuningan ( <i>Yellowish-green</i> )	1				
II	2,98	Ukuran tangkai ( <i>Branch size</i> )	Besar ( <i>Large</i> )	8	22,57	**	5,99	
			Sedang ( <i>Medium</i> )	32				
			Kecil ( <i>Small</i> )	9				
III	3,04	Jumlah daun/tangkai ( <i>Number of leaf/branch</i> )	Banyak ( <i>Much</i> )	29	1,65	tn ( <i>ns</i> )	3,84	
			Sedang ( <i>Medium</i> )	20				
IV	3,53	Kekerasan daun ( <i>Leaf hardness</i> )	Lunak ( <i>Soft</i> )	3	75,59	**	5,99	
			Liat/kenyal ( <i>Rubbery</i> )	1				
			Renyah ( <i>Crispy</i> )	45				
V	4,27	Rasa ( <i>Taste</i> )	Agak pahit ( <i>Less bitter</i> )	3	60,53	**	5,99	
			Agak manis ( <i>Slightly sweet</i> )	42				
			Lainnya ( <i>Other</i> )	4				

**Tabel 11. Urutan kepentingan dan preferensi konsumen terhadap atribut kualitas oyong (Rank of importance and preference regarding quality attribute of ridged gourd as perceived by consumers)**

Urutan kepentingan (Rank of importance)		Atribut kualitas (Quality attribute)	Kategori (Category)	n	$\chi$ hitung (calculated)		$\chi$ tabel (table)
Peringkat (Ranking)	Rerata (Average)						
I	1,65	Warna kulit (Skin color)	Hijau tua (Dark green)	17	4,08	*	3,84
			Hijau muda (Light green)	31			
II	2,29	Panjang buah (Fruit length)	Panjang (Long), 40 cm	10	43,88	**	5,99
			Sedang (Medium), 30 cm	37			
			Pendek (Short), 20 cm	1			
III	3,21	Diameter buah (Fruit diameter)	Besar (Large), 7 cm	5	16,33	**	5,99
			Sedang (Medium), 5 cm	38			
			Kecil (Small), 3 cm	5			
IV	3,81	Kekerasan buah (Fruit hardness)	Keras (Hard)	7	7,63	*	5,99
			Sedang (Medium)	21			
V	4,13	Bentuk buah (Fruit shape)	Lurus (Straight)	46	40,33	**	3,84
			Bengkok (Bent)	2			
VI	5,63	Warna daging (Flesh color)	Putih (White)	46	40,33	**	3,84
			Putih kekuningan (Yellowish-white)	2			
VII	6,73	Jumlah biji (Number of seed)	Sedang (Medium)	5	30,08	**	3,84
			Sedikit (Less)	43			

**Tabel 12. Urutan kepentingan dan preferensi konsumen terhadap atribut kualitas leunca (Rank of importance and preference regarding quality attribute of night shade as perceived by consumers)**

Urutan kepentingan (Rank of importance)		Atribut kualitas (Quality attribute)	Kategori (Category)	n	$\chi$ hitung (calculated)		$\chi$ tabel (table)
Peringkat (Ranking)	Rerata (Average)						
I	1,48	Warna buah (Fruit color)	Hijau muda (Light green)	25	21,38	**	5,99
			Hijau tua (Dark green)	22			
II	1,88	Ukuran buah (Fruit size)	Hitam (Black)	1	36,38	**	5,99
			Besar (Large)	11			
			Sedang (Medium)	35			
III	3,44	Kekerasan buah (Fruit hardness)	Kecil (Small)	2	33,33	**	3,84
			Keras (Hard)	4			
IV	3,73	Jumlah buah/tangkai (Number of fruit/ branch)	Reyah (Crispy)	44	24,88	**	5,99
			Banyak (Much)	31			
V	4,48	Rasa (Taste)	Sedang (Medium)	14	30,13	**	5,99
			Sedikit (Less)	3			
			Manis (Sweet)	32			
			Agak pahit (Less bitter)	15			
			Pahit (Bitter)	1			

bahwa dalam melakukan pembelian kemangi ada kriteria lain yang lebih diperhatikan, yaitu tingkat kesegaran daun kemangi tersebut. Demikian juga dengan atribut kualitas jumlah daun/tangkai dan aroma, meski secara statistik tidak berbeda nyata, namun tampak bahwa, jumlah daun/tangkai banyak dan aroma menyengat memiliki persentase pilihan

konsumen paling besar, yaitu 63,27 dan 55,10%. Preferensi konsumen terhadap ukuran daun, ada/tidaknya bunga dan jumlah cabang/tangkai berbeda nyata, serta berdasarkan preferensinya, kemangi yang lebih disukai konsumen adalah kemangi dengan ukuran sedang (diameter = 3,5 cm), tidak ada bunga dan bercabang banyak.

**Tabel 13. Urutan kepentingan dan preferensi konsumen terhadap atribut kualitas kemangi (Rank of importance and preference regarding quality attribute of basil as perceived by consumers)**

Urutan kepentingan (Rank of importance)		Atribut kualitas (Quality attribute)	Kategori (Category)	n	$\chi$ hitung (calculated)	$\chi$ tabel (table)	
Peringkat (Ranking)	Rerata (Average)						
I	1,55	Warna daun (Leaf color)	Hijau tua (Dark green)	26	0,18	tn (ns)	3,84
			Hijau muda (Light green)	23			
II	2,88	Ukuran daun (Leaf size)	Besar (Large), Ø=4,5 cm	17	7,88	*	5,99
			Sedang (Medium), Ø=3,5 cm	24			
			Kecil (Small), Ø=2 cm	8			
III	3,37	Jumlah daun/tangkai (Number of leaf/branch)	Banyak (Much)	31	3,45	tn (ns)	3,84
			Sedang (Medium)	18			
IV	3,71	Bau (Aroma)	Menyengat (Strong)	27	0,51	tn (ns)	3,84
			Sedang (Medium)	22			
V	4,47	Bunga (Flower)	Ada bunga (Flower)	2	41,33	**	3,84
			Tidak ada bunga (No flower)	47			
VI	5,02	Jumlah cabang/tangkai (Number of branch)	Banyak (Much)	32	27,71	**	5,99
			Sedikit (Less)	15			
			Tidak bercabang (No branch)	2			

Berdasarkan urutannya, warna daun dan ukuran daun (diameter) merupakan pertimbangan pertama dan kedua yang memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kemangi. Urutan ketiga dan keempat dari atribut kualitas yang menjadi pertimbangan konsumen saat membeli kemangi adalah jumlah daun/tangkai dan aroma. Selanjutnya ada tidaknya bunga dan jumlah cabang/tangkai ditempatkan konsumen sebagai pertimbangan kelima dan keenam dalam membeli kemangi.

## KESIMPULAN

- Secara umum, konsumen relatif jarang mengonsumsi kelima sayuran minor, terutama karena alasan: (a) terbatasnya variasi menu masakan yang dapat dibuat (selada air, oyong, dan kemangi), serta (b) rasa sayuran tersebut kurang enak (paria dan leunca). Berdasarkan urutan kepentingannya, konsumen lebih menempatkan atribut kemudahan memperoleh di pasar sebagai alasan utama dalam mengonsumsi kelima jenis sayuran minor, dan berturut-turut diikuti oleh rasa, kegunaan multi (sebagai obat), gizi, daya simpan, dan harga.
- Preferensi atribut kualitas dan pertimbangan konsumen dalam memilih/membeli paria adalah ukuran panjangnya sedang (20 cm) serta diameter buah sedang (5 cm) (I), permukaan buah bergerigi sedikit-banyak (II), bentuk buah lurus (III), kekerasan buah sedang (IV), warna daging putih kehijauan (V), ketebalan daging tebal (VI), rasa buah agak pahit (VII), dan jumlah biji sedikit (VIII).
- Preferensi atribut kualitas dan pertimbangan konsumen dalam memilih/membeli selada air, adalah warna daunnya hijau muda (I), ukuran tangkai sedang (II), jumlah daun/tangkai sedang-banyak (III), kekerasan daun yang renyah (IV), dan rasa agak manis (V).
- Preferensi atribut kualitas dan pertimbangan konsumen dalam memilih/membeli oyong adalah warna kulitnya hijau muda (I), ukuran panjang sedang (30 cm) (II), diameter sedang (5 cm) (III), kekerasan buah sedang (IV), bentuk buah lurus (V), warna daging putih (VI), serta jumlah biji sedikit (VII).
- Preferensi atribut kualitas dan pertimbangan konsumen dalam memilih/membeli leunca adalah warna buahnya hijau muda (I), ukuran buah sedang (II), kekerasan buah renyah (III), jumlah buah/tangkai banyak (IV), dan rasa buah yang manis (V).

6. Preferensi atribut kualitas dan pertimbangan konsumen dalam memilih/membeli kemangi adalah warna daunnya hijau muda-tua (I), ukuran daun sedang (diameter 3,5 cm) (II), jumlah daun/tangkai sedang-banyak (III), bau/aroma sedang-menyengat (IV), tidak ada bunga (V), dan jumlah cabang/tangkai banyak (VI).

## PUSTAKA

1. Adiyoga, W., M. Ameriana, dan T. A. Soetiarso. 2008. Segmentasi Pasar dan Pemetaan Persepsi Atribut Produk Beberapa Jenis Sayuran Minor (*Under-utilized*). *J. Hort.* 18(4):466-476.
2. Ameriana, M. 1995a. Persepsi Konsumen Rumah Tangga terhadap Kualitas Tomat Buah: Studi Kasus di Kotamadya Bandung. *Bul. Penel. Hort.* XXVII(4):1-7.
3. \_\_\_\_\_. 1995b. Pengaruh Petunjuk Kualitas terhadap Persepsi Konsumen Mengenai Kualitas Tomat. *Bul. Penel. Hort.* XXVII(4):8-14.
4. Asian Vegetable Research and Development Center. 1999. Memorandum of Understanding on The Technical Assistance for The Collection, Conservation, and Utilization of Indigenous Vegetables. AVRDC, Shanhua, Taiwan. 21 pp.
5. Babu, S. C. 2000. Rural Nutrition Interventions with Indigenous Plant Foods: A Case Study of Vitamin A Deficiency in Malawi. *Biotech. Agron. Soc. Envir.* 4(3):169-179.
6. Cromwell, E. 1999. Agriculture, Biodiversity, and Livelihoods: Issues and Entry Points. *Natural Resources Perspectives.* 38:1-34.
7. Direktorat Jenderal Hortikultura. 2009. Statistik Produksi Hortikultura Tahun 2008. Departemen Pertanian. Jakarta: Hlm. 25-26.
8. Felker, P. 1996. Justification for A National New Crops Initiative. *Food Nutr. Agric.* 20:15-23.
9. Hoffman, D. L. and G. R. Franke. 1986. Correspondence Analysis: Graphical Representation of Categorical Data in Marketing Research. *J. Marketing Res.* 23:213-227.
10. Kara, A., E. Kaynak, and O. Kucukemiroglu. 1996. Positioning of Fast-food Outlets in Two Regions of North America: A Comparative Study Using Correspondence Analysis. *J. Professional Services Marketing.* 14:99-119.
11. Marsh, R. 1998. Building on Traditional Gardening to Improve Household Food Security. *Food Nutr. Agric.* 22: 4-14.
12. O'dell, C. R., S. B. Sterrett, B. M. Young, and A. M. Borowski. 1996. Evaluating Production Potentials and Developing Extension Recommendations for New Vegetable Crops. *Economic Development and Cultural Change.* 35:221-236.
13. Purnomo, S., S. Handayani, dan S. Hosni. 1996. Penentuan Kriteria dan Seleksi Kultivar Mangga Produktif. *J. Hort.* 6(4):325-334.
14. Rebin, S. Purnomo, S. Hosni, dan A. R. Effendi. 2002. Evaluasi dan Seleksi Varietas Mangga Koleksi di Cukurgondang untuk Karakter Unggul Mutu Buah dan Efisiensi Lahan. *J. Hort.* 12(1):1-10.
15. Siegel, S. 1997. *Statistik Nonparametrik, untuk Ilmu-ilmu Sosial.* PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta: Hlm. 52-58.
16. Soetiarso, T. A. dan R. Majawisastra. 1994. Preferensi Konsumen Rumah Tangga terhadap Kualitas Cabai Merah. *Bul. Penel. Hort.* XXVII(1):61-73.
17. \_\_\_\_\_, dan L. Marpaung. 1995. Preferensi Konsumen Rumah Tangga terhadap Kualitas Kacang Panjang. *J. Hort.* 5(3):46-52.
18. Sunarjono, H. H. dan N. Solvia. 1993. Peningkatan Produksi Kacang Panjang dan Kacang Tunggak dengan Penggunaan Legin dan Pembenh Tanah Agrovit. *J. Hort.* 3(2):4-7.
19. Tripp, R. 1996. Biodiversity and Modern Crop Varieties: Sharpening The Debate. *Agriculture and Human Values.* 13: 67-89.
20. Wirakusumah, E.S. 2006. Kandungan Gizi, Non Gizi serta Pengolahan Sayuran Indigenous. Makalah Disampaikan pada Pelatihan Promosi Pemanfaatan Sayuran Indigenous untuk Peningkatan Nutrisi Keluarga Melalui Kebun Pekarangan. Jakarta, 17-19 April 2006. 22 Hlm.