

**PERSEPSI KONSUMEN USAHA (RUMAH MAKAN PADANG) TERHADAP
KUALITAS DAN HARGA CABAI UNPAD CK5
DI KOTA BANDUNG**

***PERCEPTION OF BUSINESS CONSUMER (PADANG RESTORANT) ON QUALITY
AND PRICE OF CHILI UNPAD CK5 IN BANDUNG CITY***

RASYAD T. MUNIR, YAYAT SUKAYAT DAN HEPI HAPSARI

Departemen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran
Alamat : Jl. Raya Bandung-Sumedang Km 21 Jatinangor – Jawa Barat
e-mail : rasyadtsurayaa@gmail.com

ABSTRACT

Large chili as a horticultural crop that has economic value and demand is high enough, always faced with various problems, such as vulnerable to diseases, such as Antharknos disease is a disease (leaf spot) that affects the low, thus affecting to the price at market level. The existence of this phenomenon becomes a challenge for researchers, including Unpad researchers to do genetic engineering chili resistant disease. Curly Chili 5 (CK5) is a laboratory and field (in Kawali Ciamis and Taraju Tasikmalaya) has good production, and is resistant to Antharknos disease. A good chili is not only adaptive at the level of the production process, in the laboratory and in the field but also at the market level to fit the needs of the consumers (Plant Breeding Partisipation). The purpose of this study to determine the perception of consumer perceptions of chili products CK5. Interviews are done to the restaurant chefs in Bandung who are considered to have experience in choosing a quality chili. Based on the results of research conducted quality of chili Unpad CK5 in terms of physical has bright colors, no signs of decay, minimal pesticide residues, and fresh. While in terms of price offered is still affordable for business consumers such as padang restaurant, but higher than the price of chili commonly used.

Keywords: *Chili Unpad CK5 red, Chili Unpad CK5 Green, Quality, Price*

ABSTRAK

Cabai besar sebagai tanaman hortikultura yang memiliki nilai ekonomi dan permintaan yang cukup tinggi, selalu dihadapkan kepada berbagai permasalahan, diantaranya rentan terhadap penyakit, seperti penyakit *Antharknos* yaitu penyakit (bercak daun) yang berpengaruh pada rendahnya, sehingga berpengaruh terhadap harga di tingkat pasar. Adanya fenomena ini menjadi tantangan bagi peneliti, termasuk peneliti Unpad untuk melakukan rekayasa genetika cabai tahan penyakit. Cabai Keriting 5 (CK5) merupakan hasil rekayasa yang secara laboratorium dan lapangan (di Kawali Ciamis dan Taraju Tasikmalaya) memiliki produksi yang baik, dan tahan terhadap penyakit *Antharknos*. Cabai yang baik tidak hanya adaptif pada tataran proses produksi, di laboratorium dan lapangan tapi juga di tingkat pasar agar sesuai kebutuhan konsumen (*Plant Breeding Partisipation*). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui gambaran persepsi konsumen terhadap produk cabai Unpad CK5. Wawancara di lakukan kepada juru masak rumah makan padang di Kota Bandung yang dianggap memiliki pengalaman dalam memilih cabai yang berkualitas. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kualitas cabai Unpad CK5 dari segi fisik memiliki warna cerah, tidak ada tanda busuk, minimal residu pestisida, dan segar. Sedangkan dari segi harga yang ditawarkan masih terjangkau untuk konsumen usaha seperti rumah makan padang, namun lebih tinggi dari harga cabai yang biasa digunakan.

Kata Kunci : *Cabai Unpad CK5 merah, Cabai Unpad CK5 Hijau, Kualitas, Harga*

PENDAHULUAN

Cabai (*Capsicum annuum L.*) merupakan tanaman hortikultura yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia sebagai bumbu masakan. Masyarakat Indonesia pada umumnya menyukai makanan pedas, sehingga cabai menjadi penyedap masakan yang wajib ditambahkan disetiap masakan bagi para pencinta pedas. Cabai menjadi salah satu komoditas sayuran yang mempunyai peranan yang cukup besar. Komoditas ini dapat memenuhi kebutuhan domestik sebagai komoditi ekspor dan industri pangan maupun industri obat-obatan, karena itu cabai termasuk salah satu sayuran yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi (Nur Hartuti, 1997).

Peningkatan konsumsi cabai terjadi karena kebutuhan masyarakat terhadap cabai terus meningkat, bukan hanya dikonsumsi oleh rumah tangga tetapi industri makanan pun membutuhkan pasokan cabai. Pada umumnya kebutuhan cabai di Indonesia dibagi atas tiga jenis, yaitu cabai merah, cabai hijau, dan cabai rawit. Cabai yang paling sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia yakni cabai merah dan cabai rawit dibandingkan dengan cabai hijau. Dan konsumsi cabai merah cenderung lebih tinggi daripada cabai rawit. Namun pada tahun 2007, konsumsi cabai rawit melebihi konsumsi cabai merah dan mengalami penurunan pada tahun 2008. Rata-rata laju pertumbuhan konsumsi cabai per kapita per tahun dari tahun 2005 sampai dengan 2014 sebesar 1,09 % pertahun (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2015)

Secara kumulatif produksi cabai meningkat dari tahun 2005-2014. walaupun di tahun 2007 dan 2010 produksi cabai mengalami penurunan, yang diakibatkan oleh menurunnya luas panen, serta dipengaruhi oleh faktor cuaca dan penyakit. Penurunan produksi cabai di tahun 2007, mencapai 4,75 % jauh lebih tinggi dibanding tahun 2010 yang mencapai 3,62 %.

Melihat tanaman cabai yang masih rentan terhadap penyakit, dan harga benih yang relatif mahal, Neni Rostini, 2015 yang dimotori oleh Ridwan Setiamihardja sejak sepuluh tahun yang lalu tepatnya tahun 2008, mulai mencoba mengembangkan cabai yang memiliki kualitas yang lebih baik dengan harga jual benih yang lebih rendah.

Untuk menguji kualitas benih cabai yang di kembangkan, melalui pendekatan partisipatif (*Plant Breeding Partisipation*), uji lapang dilakukan dengan melibatkan masyarakat (partisipasi masyarakat petani cabai) di Kabupaten Ciamis melalui Gapoktan Kisingasari dan Kabupaten Tasik melalui kelompok tani Mekarsari. Varietas cabai Unpad yang dikembangkan oleh ke dua Gapoktan ini yakni varietas Cabai Unpad CK5. Adapun luas lahan yang digunakan masing-masing sebesar 0,1 ha dengan penanaman 2000 pohon (Sukayat dkk, 2016). Dilapangan Cabai Varietas Unpad (CK5) memiliki ketahanan terhadap penyakit *Antharknos* yang menyebabkan jamur *Colletritichum* serta memiliki keunggulan paling tahan dibanding varietas lain. Jamur *Colletritichum* diakibatkan oleh pengaruh kelembapan udara di musim hujan yang terus-menerus. Sehingga produksi CK 5 bisa mencapai 0,8 – 1 kg/ pohon, (Sukayat dkk, 2016)

Kualitas suatu produk termasuk cabai, tidak hanya cukup ditentukan oleh kemampuan adaptasi dilapangan, tapi juga harus sesuai dengan selera konsumen, Informasi mengenai kebutuhan dan kepuasan konsumen dibutuhkan pula dalam pengembangan inovasi/ teknologi, agar *breeder* tahu kualitas benih yang dibutuhkan petani, dan cabai seperti apa yang diinginkan oleh konsumen. Kotler dan Keller (2006) menyatakan kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya. Tampilan fungsi ini akan terungkap melalui penelusuran kepada konsumen. Tampilan yang dimaksud bisa menyangkut, warna, rasa, kesehatan dan harga.

Benih cabai Unpad (CK5), merupakan benih cabai hasil rekayasa peneliti Unpad, yang belum tersebar ditingkat petani, baru tahap uji lapang. Dalam pengembangan benih cabai yang melibatkan masyarakat, posisi *breeder* sebagai pemimpin (Sukayat dkk, 2015). Sehingga uji kesesuaian tidak hanya di tingkat petani tetapi termasuk dari konsumen (konsumen usaha). Salah satu konsumen usaha yang relatif banyak menggunakan bumbu cabai yaitu rumah makan padang.

Di Jawa Barat daerah yang terkenal sebagai pusat wisata kuliner ini adalah Kota Bandung dan di kota Bandung ini menjamur

tumbuh kembang dengan pesat rumah makan padang dengan kebutuhan cabai yang terus meningkat. Adanya produk cabai Unpad yang sudah di sosialisasikan ke beberapa pengusaha rumah makan padang berupa produk cabai hijau dan merah, di harapkan mampu menjawab kebutuhan konsumen dari segi kualitas. Timbul pertanyaan bagaimana persepsi konsumen terhadap produk cabai Unpad (CK5).

MATERI DAN METODE

Penelitian menggunakan desain kuantitatif dengan teknik *survey deskriptif*. Penelitian dilakukan di beberapa konsumen usaha yang berlokasi di wilayah Kota Bandung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan pertimbangan bahwa kota Bandung merupakan salah satu destinasi wisata unggulan Provinsi Jawa Barat yang mengalami perkembangan pariwisata yang semakin pesat (Mufirino, 2016).

Menurut Mufirino (2016), pada Desember 2013 hingga Januari 2014 menyebutkan bahwa Bandung merupakan destinasi kuliner terfavorit di Indonesia. Kota Bandung mendapat angka 59% dari keseluruhan mengungguli kota Makassar, Surabaya, Padang, dan Cirebon. Berbagai aneka kuliner dapat dengan mudah dijumpai di berbagai sudut kota Bandung. Berbagai macam jenis pilihan citarasa menu tradisional hingga modern dari pedagang kaki lima hingga restoran atau *café*. Terbukti dari meningkatnya jumlah rumah makan yang ada di kota Bandung.

Data yang dipergunakan dalam studi ini terdiri dari data primer dan sekunder. Melalui survey, data dikumpulkan dengan melakukan wawancara terstruktur dengan responden juru masak rumah makan padang di 30 Kecamatan Kota Bandung. Dalam pengumpulan data, akan dipergunakan panduan wawancara yang berisi pertanyaan yang akan diajukan kepada setiap responden. Sementara data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik dan Dinas Pertanian.

Teknik penarikan sampel berdasarkan teori Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982) yang dikutip dalam Sugiyono (2016) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel salah satunya ialah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan

500. Berdasarkan teori diatas, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 sampel rumah makan padang yang berada di kota Bandung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2016), *sampling purposive* digunakan untuk penelitian kualitatif atau penelitian yang tidak melakukan generalisasi, misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan. Maka sampel sumbernya adalah orang yang ahli makanan.

Berdasarkan deskripsi atribut kualitas produk dan harga, maka wawancara dengan responden dapat menggali informasi mengenai persepsi kualitas dan harga cabai Unpad CK5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

(Kotler, 2002) Schiffman dan Kanuk (2000), melihat bahwa persepsi merupakan suatu proses mengorganisasikan dan menginterpretasikan suatu rangsangan, sehingga mampu menentukan pilihan termasuk harga yang membuat seseorang untuk memilih. Persepsi konsumen merupakan salah satu faktor internal konsumen yg mempengaruhi dalam keputusan pembelian (Foejiawati dan Hatane Samuel, 2007). Sebagai faktor internal pengalaman selalu dijadikan kerangka landasan dan bertindak (Sukayat dkk, 2015) termasuk lama dan seringnya menggunakan cabai sebagai bumbu dasar dalam memasak makanan. Menurut Fure dalam Anwar (2015), indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain :

1. Harga yang sesuai dengan manfaat
2. Persepsi harga dan manfaat
3. Harga barang terjangkau
4. Persaingan harga
5. Kesesuaian harga dengan kualitasnya

Oleh karena itu warna cabai, tingkat kepedasan, kualitas, dan harga, selalu menjadi bahan pertimbangan dalam memutuskan untuk membeli.

Persepsi Terhadap Warna dan Tingkat pedasan cabai Unpad CK5

Persepsi juru masak dalam memberikan tanggapan terhadap produk yang dikonsumsinya, diasumsikan sebagai representasi dari konsumen. Karena atas racikan juru masak, masakan itu laku di pasaran. Begitu juga untuk produk cabai ini,

tanggapan juru masak dijadikan sebagai penilaian dan bahan masukan untuk rekayasa selanjutnya. Tekni pendekatan ini merupakan implementasi dari Model *Plant Breeding Participation* (PBP) yang menempatkan

breeder sebagai *leader*. Dari hasil wawancara dengan 30 responden (n = 30) di peroleh persepsi terhadap warna dan tingkat kepedasan

Tabel 1. Persepsi Terhadap Warna dan Tingkat Kepedasan

Persepsi	Cabai (%)	
	Merah	Hijau
Merah cerah	67	
Merah Padam	33	
Hijau Cerah		67
Hijau Padam		33
Pedas	33	7
Kurang tidak Pedas	67	93

Sumber : Data Primer diolah

Dari Tabel 1. tersebut terungkap pada dasarnya mereka menyenangi cabai yang warna cerah karena dari segi kepedasan tidak terlalu pedas, dan cabai Unpad menurut persepsi konsumen masuk dalam katagori menarik (memikat konsumen untuk membeli), hanya dari tingkat kepedasan tergolong kurang pedas. Hal ini disampaikan oleh sebagian besar konsumen.

Persepsi Terhadap Aroma Cabai Unpad CK5

Aroma cabai yang dipilih oleh konsumen terbagi dua yaitu menyengat dan tidak menyengat. Aroma yang dihasilkan oleh cabai Unpad CK5 untuk cabai merah menghasilkan respon yang positif oleh 100% responden mengatakan aroma cabai merah adalah menyengat. Sedangkan untuk cabai hijau sendiri sebesar 67% mengatakan menyengat. Sedangkan 33% responden lainnya mengatakan tidak memiliki aroma.

Persepsi sebagian besar responden terhadap aroma cabai Unpad adalah menyengat. Namun berdasarkan hasil wawancara, aroma cabai tidak terlalu diperhatikan oleh pengusaha rumah makan padang. Pendapat dari beberapa juru masak mengatakan bahwa aroma tidak terlalu berpengaruh pada rasa makanan yang sudah diolah.

Persepsi Terhadap Kualitas Cabai Unpad CK5

Dalam agribisnis, kuantitas, kualitas dan kontinuitas memerlukan perhatian yang serius, oleh karena itu salah satu persepsi konsumen yang memerlukan perhatian adalah kualitas produk. Karena kualitas produk akan mengkontruksi pemikiran konsumen dalam mengambil keputusan. Indikator kualitas yang diperhatikan diantaranya tanda busuk, residu dan kesegaran. Dari hasil wawancara dengan 30 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Persepsi terhadap Kualitas Cabai

Kualitas	Cabai	
	Merah	Hijau
Tanda Busuk :		
Banyak bercak busuk		
Ada tapi tdak banyak bercak busuk	10	70
Tidak ada Bercak busuk	90	30
Residu pestisida :		
Ada residu	100	100
Tidak ada residu		
Kesegaran :		
Segar	37	50
Biasa	40	37
Tidak segar	23	13

Sumber : Data Primer, diolah

Data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa secara umum kualitas Cabai Unpad (CK5), memiliki kualitas yang sangat baik dilihat dari residu, tanda busuk berupa bercak hitam, kesegaran dan warna bahkan bentuk. Kendatipun bentuknya sangat berbeda dengan cabai kriting biasa, tapi tidak menjadi persoalan. Bahkan secara keseluruhan 23 % menyatakan kualitas cabai merah masuk dalam katagori sangat baik, 67% masuk katagori baik, dan 10 % biasa. Sedangkan untuk cabai hijau 73 % menyatakan katagori baik dan 27 % biasa.

Persepsi Terhadap Keterjangkauan Harga Cabai Unpad CK5

Keterjangkauan cabai Unpad CK5 baik jenis cabai merah maupun cabai hijau, keduanya dinilai terjangkau oleh seluruh responden. Menurut Mardiansya (pemilik Ampera Rio), pada kenyataannya bahwa baik cabai dalam keadaan mahal pun tetap akan dibeli, walaupun harga jual makanan tetap sama. Karena jika tidak, maka sama sekali tidak ada pendapatan. Karena pendapatan utama hanyalah dari penjualan makanan ini.

Persepsi Terhadap Kesesuaian Harga dengan Manfaat Cabai Unpad CK5

Kesesuaian harga dengan manfaat cabai Unpad CK5 baik jenis merah maupun hijau bahwa sebanyak 30 orang (100) mengatakan sesuai. Hal tersebut disebabkan karena cabai merupakan bumbu masakan utama di rumah makan padang. Ketika harga mahal pun akan tetap dibeli, namun penjualan harga masakan padangnya tidak ikut naik agar tidak mengecewakan pelanggan. Sehingga ketika harga mahal pihak yang dirugikan adalah rumah makan padang, keuntungan akan menurun pada saat harga cabai tinggi.

Persepsi Terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas Cabai Unpad CK5

Seluruh juru masak rumah makan padang di Kota Bandung yang menjadi responden menilai kesesuaian harga dengan kualitas cabai Unpad CK5 baik jenis cabai merah ataupun hijau adalah sesuai. Hal ini disebabkan karena responden terbiasa dengan fluktuatif harga cabai yang biasa terjadi di pasar. Sehingga ketika harga masih kurang dari Rp 50.000 mereka berpendapat bahwa

cabai yang ditawarkan akan sesuai dengan harga yang ditawarkan pula.

Perbandingan Harga dengan Cabai Keriting yang Biasa Digunakan

Perbandingan harga cabai Unpad CK5 dengan harga cabai yang biasa digunakan yaitu sebanyak 10% responden mengatakan sama saja dan 90% responden mengatakan lebih mahal. Karena pada umumnya pembelian cabai yang dilakukan oleh juru masak berkisar Rp 15.000 s.d Rp 18.000. Sedangkan cabai Unpad CK5 jenis cabai merah yang dibeli di Desa Kawali melalui Ketua Gapoktan Kisingasari dihargai Rp 20.000. Untuk jenis cabai hijau yang biasa digunakan oleh juru masak memiliki harga berkisar Rp 13.000 s.d Rp 16.000. Sedangkan cabai Unpad CK5 jenis cabai hijau dihargai Rp 18.000. Namun, perbandingan harga yang lebih mahal ini masih tergolong normal artinya harga cabai Unpad CK5 masih terjangkau.

Disisi lain setiap juru masak memiliki langganan penjual cabai masing-masing. Beberapa pedagang menjual cabai dengan harga sedikit lebih murah serta ketika stok di pasar sedang turun selalu disisakan untuk langganan rumah makan padang itu sendiri. Namun ada beberapa rumah makan padang yang tidak memiliki langganan karena pembelian dilakukan secara acak, tidak terus menerus membeli di satu pedagang.

KESIMPULAN

1. Sebagian besar persepsi juru masak rumah makan padang terhadap kualitas cabai merah Unpad CK5, baik yang berwarna merah, maupun yang hijau, secara keseluruhan masuk dalam katagori baik.
2. Atribut produk yang menjadi perhatian juru masak rumah makan padang adalah warna dan tingkat kesegaran.
3. Rasa dan kepedasaan dinilai ketika sudah masak. Dari tingkat kepedasan umumnya masuk katagori kurang pedas
4. Dilihat dari kualitas cabai, harga yang ditawarkan di atas harga pasar, masuk dalam katagori terjangkau.

DAFTAR PUSTAKA

ANWAR, dan IFUL. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap*

- Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 12.
- BADAN PUSAT STATISTIK KOTA BANDUNG, 2015. *Kota Bandung Dalam Angka 2015*. Katalog BPS :1102001.3273
- FOEDJIAWATI, dan HATANE S. 2007. *Pengaruh Sikap, Persepsi Nilai dan Persepsi Peluang keberhasilan terhadap niat menyampaikan keluhan (Studi Kasus Pada Perusahaan Asuransi AIG Lippo Surabaya)*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2 No. 1 Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi – Universitas Kristen Petra.
- KOTLER, P. & KELLER, K. L. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Cetakan Pertama. Edisi 12. Jilid 2. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Jakarta : PT. Indeks.
- MUFRINO, 2016. *Pengaruh Costumer Experience Terhadap Repurchase Intention*. Jurnal Univesitas Pendidikan Indonesia.
- NENI R., A. I. SUMADI, dan F. DAMAYANTI, 2015. *Produksi Benih Pokok Empat Genotif Merah Unpad dan Peluncuran Benih Varietas Baru di Ciamis Jawa Barat*. Laporan Penelitian Cabai ,Perguruan Tinggi Unpad.
- NUR H. dan R.M. SINAGA. 1997. *Pengeringan Cabai*. Balai Penelitian Tanaman Sayuran. Pusat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- SCHIFFMAN L. G., dan L. L. KANUK, 2000. *Consumer Behavior 7th Edition*. Prentice Hall Inc. New Jersey : Upper Saddle River.
- SUGIYONO. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- SUKAYAT Y., H. HAPSARI, N. ROSTINI, 2016. *Pengembangan Benih Cabai Merah (Capsicum annum L) Berbasis partisipasi*. Jurnal Agribisnis Terpadu. Vol 9 No 2 Desember 2016.