

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Tanaman Pisang Cavendish

Pisang Cavendish merupakan komoditas buah tropis yang sangat populer di dunia, di Indonesia, pisang ini lebih dikenal dengan sebutan Pisang Ambon Putih. Pisang Cavendish banyak dikembangkan biakan menggunakan metode kultur jaringan. Pohon Pisang Cavendish mempunyai tinggi batang 2,5 - 3 m dengan warna hijau kehitaman. Daunnya berwarna hijau tua. Panjang Tandan 60 - 100 cm dengan berat 15 - 30 kg. Setiap tandan terdiri dari 8 - 13 sisiran dan setiap sisiran ada 12 - 22 buah. Daging buah dari pisang ini putih kekuningan, rasanya manis agak asam, dan lunak. Kulit buah agak tebal berwarna hijau kekuningan sampai kuning muda halus (Wikipedia, 2021).

Suhu merupakan faktor utama untuk pertumbuhan tanaman Pisang Cavendish. Suhu optimum untuk pertumbuhannya adalah sekitar 27° C, dan suhu maksimumnya 38° C. Tanaman ini tumbuh di daerah tropis dan subtropis, pisang ini tidak dapat tumbuh di dataran tinggi, ketinggian di atas 1600 m dpl. Kebanyakan pisang tumbuh baik di lahan terbuka, tetapi kelebihan penyinaran akan menyebabkan terbakar-matahati (sunburn). Tanaman ini juga sangat sensitif terhadap angin kencang karena dapat menyebabkan daunnya rusak dan robek, distorsi tajuk dan merobohkan pohonnya. Untuk pertumbuhan yang optimal, curah hujan yang diperlukan sekitar 200-220 mm,

dan kelembapan tanahnya tidak kurang dari 60-70% dari kapasitas lapangan. Tanah yang paling baik untuk pertumbuhan Pisang Cavendish adalah tanah liat yang dalam dan gembur serta yang memiliki pengeringan dan aerasi yang baik. Tanaman ini toleran terhadap pH 4,5-7,5 (Wikipedia, 2021)



Gambar 2.1 Klasifikasi Ilmiah Pisang Cavendish

Sumber: Wikipedia, 2020

Pisang Cavendish merupakan salah satu dari sekian banyak jenis pisang yang menjadi primadona banyak orang di seluruh belahan dunia termasuk di Indonesia. Pisang ini akan banyak ditemukan di supermarket dengan tampilannya sangat menarik

karena warna kuningnya yang sangat khas. Kulitnya yang bersih dan warna kuning terang yang sangat khas yang membuat pisang ini mudah untuk dikenali jika disandingkan dengan beberapa jenis pisang lain khas Indonesia. Pisang ini terkadang banyak yang menganggap sebagai pisang impor karena kulitnya yang sangat bersih dan relatif mulus dengan warna kuning yang cerah padahal pisang ini diproduksi oleh kebun milik grup Gunung Sewu Kencana dan berada di daerah Lampung dan Blitar (TaniHub, 2021).

2.1.2. Kandungan dan Manfaat Pisang Cavendish

Pisang memiliki tekstur yang sangat lembut dan mudah untuk dikonsumsi segala usia. Tidak hanya rasanya saja yang sangat lezat, ternyata pisang juga banyak memiliki kandungan yang bagus untuk tubuh diantaranya (TaniHub, 2021):

- a. Biasanya dalam satu buah pisang Cavendish mengandung 467 kalium yang sangat bagus dan mampu untuk memberikan perlindungan yang cukup kuat pada sistem kardiovaskular. Jadi bagi yang memiliki riwayat penyakit darah tinggi atau ingin terhindar dari tekanan darah tinggi maka dapat rutin mengkonsumsi buah Pisang Cavendish secara rutin, bahkan mampu menghindari resiko stroke.
- b. Pisang Cavendish sangat kaya akan kandungan zat potassium yang fungsinya untuk memasok energi elektrolit dalam tubuh.
- c. Pisang Cavendish juga banyak mengandung zat triptofan dan serotonin, norepinefrin yang mampu untuk membantu dalam tindakan pencegahan penyakit depresi dan mendorong seseorang untuk lebih memiliki sikap santai dan tenang.

- d. Pisang Cavendish juga mampu menekan asam dalam sistem saluran pencernaan dan mampu mengurangi rasa mulas saat terdapat gangguan sistem pencernaan.
- e. Pisang Cavendish banyak mengandung zat pektin dan juga serat yang mampu untuk menghindarkan dari beberapa jenis penyakit lainnya.

2.1.3. Kualitas Atribut

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide (Kotler dan Keller (2009) dalam Kusmayasari, *et al.*, 2014). Sedangkan atribut dapat diartikan sebagai karakteristik nyata dan tidak nyata (*tangible dan intangible*) dari produk yang memberikan kepuasan subyektif atau pemuasan kebutuhan bagi konsumen (Ferrinadewi (2005) dalam Kusmayasari, *et al.*, 2014). Permadi dan Winarti (2015) menjelaskan bahwa atribut yang dapat digunakan untuk mengukur Pisang Cavendish adalah:

- 1) Harga, yaitu nilai uang yang harus keluarkan oleh konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang yang diinginkan.
 - a. Pisang Cavendish memiliki harga yang dapat dijangkau oleh konsumen
 - b. Pisang Cavendish memiliki harga yang sesuai dengan kualitasnya
- 2) Rasa, yaitu tanggapan indra terhadap rangsangan saraf seperti manis, pahit, masam terhadap indra pengecap
 - a. Pisang Cavendish memiliki rasa yang manis
 - b. Pisang Cavendish memiliki rasa yang punel dan lezat
- 3) Kesegaran, yaitu keadaan (hal, sifat, dan sebagainya) segar

- a. Pisang Cavendish memiliki kesegaran yang tahan lama
 - b. Pisang Cavendish memiliki kualitas kesegaran yang baik
- 4) Ukuran, yaitu hasil dari mengukur suatu benda
- a. Pisang Cavendish memiliki ukuran yang besar
 - b. Pisang Cavendish memiliki porsi ukuran yang cukup dalam satu kali konsumsi.
- 5) Bentuk, yaitu wujud yang tampak
- a. Pisang Cavendish memiliki bentuk yang indah
 - b. Pisang Cavendish memiliki bentuk yang rapi
- 6) Warna Kulit, yaitu keragaman warna pada kulit
- a. Pisang Cavendish memiliki warna kulit yang cantik
 - b. Pisang Cavendish memiliki warna kulit yang cerah
- 7) Kebersihan Kulit, yaitu menjaga kebersihan dan kualitas tekstur kulit
- a. Pisang Cavendish memiliki kebersihan kulit yang sangat baik
 - b. Pisang Cavendish diletakkan pada tempat yang bersih untuk menjaga kualitasnya.

2.1.4. Kepuasan Konsumen

Oliver (1999)) dalam Kusmayasari, *et al.*, (2014) menyatakan bahwa kepuasan merupakan penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu di bawah

maupun di atas harapan. Harapan konsumen menjadi faktor| penting dalam proses kepuasan konsumen (Ferrinadewi (2005) dalam Kusmayasari, *et al.*,2014).

Penjelasan lainnya tentang kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai suatu kepuasan atau kekecewaan seseorang yang dapat dirasakan setelah membandingkan antara kesan suatu produk dengan apa yang sebenarnya diharapkan dari produk tersebut (Kotler (2002) dalam Ihsani (2005). Kepuasan konsumen dapat diukur menggunakan *Consumen Satisfaction Index* (CSI). Indeks ini memiliki keuntungan dapat menggunakan data hasil *Important Performance Analysis* (IPA) sebagai data awal dalam menganalisis sehingga dapat memperhitungkan atau mengetahui kepuasan konsumen secara variabel keseluruhan dengan sederhana dan lebih akurat, namun memiliki kekurangan adalah tidak dapat menganalisis variabel secara terpisah sehingga hasil analisis yang diperoleh kurang jelas.

2.2. Review Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini memiliki beberapa jurnal landasan pendukung penelitian yang bersumber dari peneliti terdahulu, yang dapat disusun sebagai berikut:

1. Penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Erna Ferrinadewi (2005) yang berjudul “*Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*” membentuk kesimpulan penelitian bahwa Ditemukan dalam studi ini 3 faktor atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian kosmetik

yaitu faktor kualitas, faktor resiko dan faktor merek. Faktor kualitas dan faktor merek merupakan faktor yang memberi pengaruh positif lebih besar dibandingkan faktor resiko terhadap kepuasan konsumen. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konsumen kosmetik di Surabaya cenderung mengabaikan resiko penggunaan kosmetik dan lebih mempercayai nama besar serta reputasi merek.

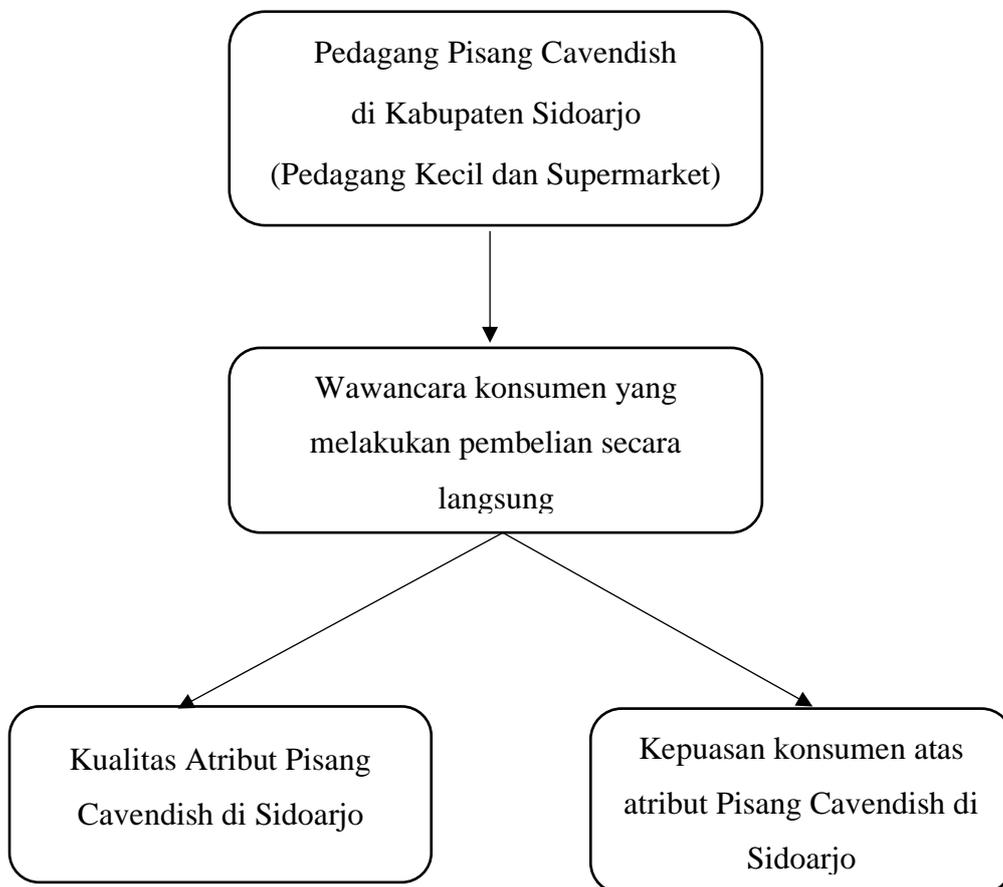
2. Penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Kasmin Pasaribu, Adil Fadillah, dan Yuliana Anggraeni S. (2010) yang berjudul “*Pengaruh Atribut Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT Kuala Sarana Sejahtera – Puri Begawan)*” membentuk kesimpulan penelitian bahwa atribut pelayanan setelah diuji tingkat kepuasan konsumen akan meningkat. Atribut Pelayanan memiliki hubungan yang rendah dan positif dengan Kepuasan Konsumen dan memiliki 95% kepuasan yang berada di luar atribut pelayanan Puri Begawan itu sendiri.
3. Penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Nila Swastika, Tri Yanto, dan ANy Hartati (2013) yang berjudul “*Performansi Kualitas Atribut Beras Organik dan Tingkat Kepuasan Konsumen Beras Organik di Kabupaten Sragen Quality Performance and Satisfaction Level of Consument on Organic Rice in Sragen District*” membentuk kesimpulan penelitian bahwa Atribut beras organik di Kabupaten Sragen yang dianggap penting oleh konsumen beras organik berturut-turut adalah: tidak mudah basi, kepulenan, tempat pembelian, kesesuaian label, kebersihan, warna, aroma, sertifikat organik, harga, dan kemasan. Kepuasan

konsumen berdasarkan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) didapat nilai 61,6% (termasuk dalam kategori cukup puas).

4. Penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Kusmayasari, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati (2014) yang berjudul “*Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Green Product (Survei Pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar yang Tergabung dalam Followers Official Account Twitter @Sariayu_MT)*” membentuk kesimpulan penelitian bahwa atribut produk terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut berarti atribut produk kosmetik Sariayu Solusiyang terdiri dari merek, harga, kualitas, desain, kemasan, dan label telah memberikan nilai dan pengaruh terhadap keputusan pembelian.
5. Penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Rokhman Permadi dan Lili Winarti (2015) yang berjudul “*Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok (Studi Kasus Konsumen di Tiga Kota Kuala Pembuang, Sampit, dan Palangkaraya)*” membentuk kesimpulan penelitian bahwa Terdapat kesamaan karakteristik responden buah pisang kepok di tiga kota berdasarkan umur responden. Reponden di Kota Sampit dan Palangkaraya lebih banyak yang telah menempuh Pendidikan Tinggi dibandingkan dengan responden di kota Kuala Pembuang. Selain itu, responden di Kota Kuala Pembuang cenderung berpendapatan relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan responden di Kota Sampit dan Palangkaraya.

2.3. Kerangka Pemikiran

Sub bab ini bertujuan untuk menggambarkan arah penelitian sehingga nantinya akan membentuk suatu hasil akhir tentang bagaimana kualitas atribut dalam mempengaruhi kepuasan konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo. Data pendukung penelitian diperoleh melalui prosedur wawancara dengan konsumen ketika melakukan pembelian di pedagang kecil maupun Supermarket yang tersedia di kawasan Sidoarjo.



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual