

Kecenderungan makan durian di kalangan penduduk Malaysia (The consumers' preference for durian in Malaysia)

Rozhan Abu Dardak*

Kata penunjuk: durian, ciri-ciri, trend, teknologi

Abstrak

Kajian kecenderungan makan durian yang melibatkan 1,098 responden telah dijalankan di Semenanjung Malaysia, Sabah dan Sarawak. Kajian ini bertujuan mendapat maklumat pengguna terhadap ciri-ciri durian yang digemari dan meninjau prospek industri durian negara. Hasil kajian ini mendapati 96% responden makan durian. Penemuan ini menunjukkan terdapat penurunan sebanyak 3% terhadap kecenderungan makan durian di kalangan penduduk Malaysia dalam tempoh 11 tahun (1993–2004). Dalam tempoh tersebut, terdapat pengurangan bilangan buah yang dibeli dan kekerapan pembelian durian sebanyak lebih kurang 30%. Kumpulan utama penduduk yang makan durian ialah mereka yang berumur antara 21 hingga 50 tahun. Tumpuan utama tempat pembelian durian adalah di pasar terbuka seperti pasar malam dan gerai tepi jalan. Varieti durian yang menjadi pilihan utama responden dewasa melebihi 21 tahun ialah durian kampung, manakala responden remaja di bawah umur 20 tahun menyukai durian kampung dan durian klon. Ciri-ciri buah yang disukai oleh pembeli ialah bersaiz sederhana dan besar, berbentuk bulat bujur dan panjang, berwarna hijau tua kekuningan dan berbau kuat. Pembeli juga lebih gemar buah yang mempunyai isi yang tebal, berwarna kuning keemasan atau kuning tembaga, serta berasa lemak manis. Manakala bagi responden yang tidak makan durian pula, mereka terdiri daripada remaja berumur di bawah 20 tahun atau mereka yang berusia melebihi 50 tahun. Faktor utama yang mendorong mereka tidak makan durian ialah bau yang kuat dan kemerosotan kesihatan, khususnya diabetes. Selain itu, faktor ibu bapa memainkan peranan utama yang boleh mendorong remaja makan durian. Untuk mengatasi pasaran domestik yang tepu, Malaysia perlu mengeksploitasi pasaran global termasuk di negara maju yang mempunyai ramai penduduk berketurunan Asia. Pembangunan teknologi lepas tuai dan penyimpanan secara berterusan adalah penting bagi memastikan matlamat ini dicapai. Secara keseluruhannya, kajian ini mendapati industri durian masih mempunyai potensi yang baik untuk dibangunkan dan menyumbang kepada ekonomi negara.

Pendahuluan

Industri buah-buahan tropika sudah lama wujud dan berkembang di Malaysia. Berikutan dengan promosi dan galakan yang telah diberi oleh kerajaan, jumlah keluasan tanaman buah-buahan telah meningkat daripada 117,000 hektar dalam tahun 1980, kepada 168,000

hektar dalam tahun 1990 dan hampir kepada 300,000 hektar dalam tahun 2000 (Anon. 2003). Keluasan tanaman buah-buahan ini meningkat pada kadar 7% hingga 9% setahun dalam jangka masa tersebut. Industri buah-buahan telah diberikan tumpuan untuk memenuhi permintaan dalam negara,

*Pusat Penyelidikan Ekonomi dan Pengurusan Teknologi, Ibu Pejabat MARDI, Serdang, Peti Surat 12301, 50774 Kuala Lumpur
E-mel: rozhan@mardi.my

mengganti import dan meningkatkan eksport (Anon. 1999).

Sejajar dengan peningkatan keluasan tanaman, sumbangan industri ini kepada ekonomi negara turut meningkat. Eksport buah-buahan meningkat daripada RM432.6 juta dalam tahun 1998 kepada RM482.8 juta dalam tahun 2004 (Anon. 2005b). Selain itu, buah-buahan yang diproses juga menghasilkan nilai ditambah berjumlah lebih RM775 juta (2005), dan dijangka terus meningkat kepada lebih RM1,042 juta dalam tahun 2010 (Anon. 1998).

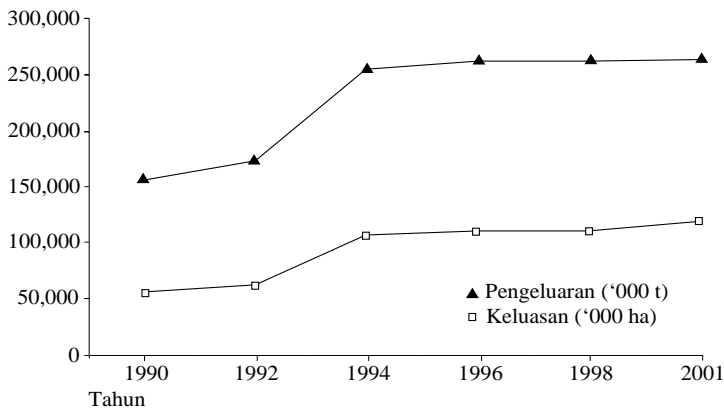
Dalam Dasar Pertanian Negara Ketiga (DPN3), sebanyak 15 jenis buah-buahan diberikan tumpuan untuk dibangunkan, dan durian merupakan salah satu daripada buah-buahan tersebut. Mengikut statistik, durian merupakan tanaman buah-buahan yang utama. Kawasan yang ditanam pokok durian telah meningkat daripada 56,889 hektar (1990) kepada 110,082 hektar (1998) dan kepada 118,946 hektar dalam tahun 2001 (Anon. 2002). Secara puratanya keluasan tanaman durian telah meningkat lebih 9% setahun dalam tempoh 10 tahun. Keluasan tanaman durian ini ditunjukkan dalam *Rajah 1*.

Peningkatan pengeluaran durian didapati tidak seimbang dengan permintaan atau penggunaan dalam negara, kerana penggunaannya masih rendah berbanding

dengan pengeluaran. Perkara ini disebabkan oleh penggunaan per kapita yang stabil dalam tempoh 10 tahun (4.814 kg/orang setahun dalam tahun 1991, meningkat sedikit kepada 4.82 kg/orang setahun dalam tahun 2003). Adalah dijangka penggunaan per kapita durian menurun kepada 4.26 kg/orang setahun dalam tahun 2010. Kuantiti dan nilai eksport durian juga menunjukkan penurunan yang ketara untuk tempoh 1991–2003. Sebanyak 36,784 tan durian bernilai RM54.95 juta telah dieksport pada tahun 1991, menurun kepada 33,871 tan bernilai RM26.40 juta pada tahun 1996 dan 26,586 tan bernilai RM21.77 juta dalam tahun 2004 (Anon. 2005c).

Kesan daripada lebihan penawaran durian di pasaran menyebabkan lambakan buah durian, harga turun ke aras yang rendah dan menjadikan industri ini tidak lagi menarik untuk dimajukan. Analisis berkaitan dengan industri ini dibuat berasaskan perspektif permintaan pengguna, dan dipadankan dengan penawaran di pasaran. Hasil daripada analisis ini akan digunakan untuk menentukan prospek masa hadapan industri durian negara.

Kertas ini bertujuan membincangkan permintaan dan penggunaan durian di kalangan penduduk Malaysia, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan, ciri-ciri durian yang digemari dan potensi industri durian Malaysia.



Rajah 1. Keluasan dan pengeluaran tanaman durian di Semenanjung Malaysia, 1990–2001 (Sumber: Anon. 2005a)

Kaedah kajian

Kajian telah dijalankan di seluruh Malaysia meliputi enam zon iaitu Selatan, Tengah, Utara, Timur Semenanjung dan Sarawak serta Sabah. Dua jenis data telah digunakan bagi menganalisis trend permintaan dan makan durian di kalangan penduduk Malaysia. Data peringkat pertama diperoleh melalui temu bual bersemuka menggunakan soal selidik berstruktur. Responden terdiri daripada pengunjung-pengunjung kompleks membeli belah, stesen bas, pesta keramaian dan pejabat kerajaan. Seramai 1,098 orang responden telah ditemu bual untuk kajian ini. Sementara data peringkat kedua yang merupakan data statistik dan maklumat hasil penulisan terdahulu diperoleh daripada agensi-agensi kerajaan. Pecahan bilangan responden yang menyertai kajian ini adalah seperti dalam *Jadual 1*.

Penemuan kajian

Daripada 1,098 responden yang dikaji sejumlah 802 orang atau 72.4% kaum Melayu, 184 orang (17.6%) Cina, 34 orang (3.3%) India dan 78 orang (6.7%) terdiri daripada kaum yang lain. Responden berusia antara 21–30 tahun adalah yang teramai, meliputi 31.3%, diikuti oleh responden berusia 31–40 tahun (26.4%). Responden berusia melebihi 51 tahun adalah yang tersedikit iaitu seramai 94 orang atau 8.6%. Daripada keseluruhan responden tersebut, lebih daripada separuh (66.0%) responden yang dikaji merupakan daripada golongan pekerja, 14% suri rumah tangga dan 6% tidak bekerja atau pesara. Hampir keseluruhan daripada responden mendapat pendidikan sekurang-kurangnya di peringkat sekolah rendah, dan hampir separuh mendapat

Jadual 1. Jumlah responden mengikut zon/wilayah dan jantina

Zon	Lelaki	Wanita	Jumlah
Utara	87	78	165
Tengah	124	145	269
Selatan	74	113	187
Timur	97	68	165
Sabah	104	53	157
Sarawak	69	86	155
Jumlah	555	543	1,098

pendidikan di peringkat kolej dan universiti. Golongan pelajar pula berjumlah 153 orang atau 14.0%.

Pemilikan pokok durian

Penemuan kajian menunjukkan lebih kurang 55% daripada responden memiliki atau mempunyai keluarga yang menanam pokok durian. Ini menggambarkan bahawa masih ramai penduduk Malaysia yang mempunyai pokok durian. Purata pemilikan pokok durian adalah antara 3 hingga 10 pokok. Kurang 15% daripada responden mempunyai lebih daripada 50 pokok dianggap sebagai pengusaha komersial. Penemuan ini menunjukkan ramai pengguna durian memperoleh durian daripada tanaman durian milik mereka sendiri.

Pada keseluruhannya, pokok durian yang dimiliki oleh keluarga yang menetap di kampung berbeza dari tempat tinggal responden. Daripada kajian ini, didapati ramai daripada penduduk Malaysia (63%) masih balik ke kampung masing-masing untuk makan durian. Hal ini menunjukkan bahawa durian merupakan antara penghubung yang baik untuk meningkatkan hubungan institusi kekeluargaan di Malaysia.

Pembelian buah durian

Kajian ini menunjukkan lebih 60% daripada responden membeli buah durian. Tumpuan utama pembelian durian adalah di pasar malam (25%), di gerai-gerai tepi jalan (24%) dan di pasar-pasar tani (16%). Kecenderungan pengguna membeli buah durian dari pasar raya adalah masih rendah (7%). Pada keseluruhannya, tumpuan pembeli adalah kepada penjual di tempat terbuka. Tumpuan kepada pasar terbuka disebabkan oleh persepsi harga yang lebih murah berbanding dengan harga durian di pasar-pasar raya. Secara purata durian yang dibeli dari pasar terbuka berharga antara RM1.50 hingga RM3.50 sekilogram, manakala di pasar raya berharga antara RM2.50 hingga RM5.00.

Secara purata, setiap kali pembelian, pengguna membeli antara 4–6 biji durian. Kebanyakan pengguna membeli durian antara 4–6 kali semusim (36%). Tidak ramai (21%)

pengguna yang membeli lebih daripada 10 kali semusim. Sistem penjualan durian secara longgok merupakan satu daripada faktor yang menentukan bilangan buah yang dibeli. Di kebanyakan tempat jualan, buah durian dijual dalam bilangan dua hingga 10 biji selongkok.

Penemuan ini berbeza dengan penemuan Syed Abdillah dll. (1993) yang mendapati pengguna membeli secara purata 8 biji bagi setiap pembelian dengan purata 7 kali semusim. Boleh dirumuskan bahawa secara amnya, penggunaan durian telah menurun sejak 10 tahun kebelakangan ini.

Harga durian

Faktor harga merupakan salah satu faktor yang terpenting dalam menentukan keputusan pembelian pengguna dan pasaran sesuatu produk. Hasil kajian ini mendapati pada keseluruhannya pengguna membeli durian yang berharga lebih daripada RM1.00 sekilogram. Kecenderungan ini disebabkan oleh andaian bahawa durian yang berharga terlalu murah, kualitinya juga rendah. Adalah didapati lebih ramai (37%) pengguna membeli durian yang berharga sederhana murah iaitu antara RM1.00–RM3.00 sekilogram. Terdapat ramai juga pembeli (26%) yang bersedia membeli pada harga melebihi RM5.00/kg dan ini menunjukkan pengguna memberi perhatian kepada kualiti durian dan tidak kepada harga. Mereka bersedia membeli dengan harga yang tinggi asalkan kualitinya baik.

Berasaskan purata harga durian di pasaran, tumpuan pengguna adalah kepada durian berharga sederhana murah yang biasanya dikaitkan dengan durian kampung. Hasil kajian ini juga menunjukkan tiada perbezaan yang ketara dengan kajian yang dijalankan dalam tahun 1993. Pada kajian tersebut harga yang sanggup dibeli oleh pengguna adalah dalam julat antara RM2.00 hingga RM5.99. Berasaskan perbandingan ini, secara umumnya pengguna memberi penekanan yang lebih kepada harga berbanding dengan kualiti. Kajian ini juga mengesahkan bahawa harga durian di pasaran adalah stabil sejak 10 tahun dahulu.

Satu penemuan yang menarik bagi zon tengah (Selangor dan Wilayah Pesekutuan Kuala Lumpur) ialah kesediaan pengguna untuk membeli durian pada harga yang lebih tinggi. Hasil penemuan kajian ini mendapati lebih 40% daripada responden dari zon ini sanggup membeli durian yang berharga lebih RM5.00 sekilogram. Sebaliknya, responden dari zon yang lain kebanyakannya (56%) membeli durian yang berharga antara RM2.00 hingga RM3.99 sekilogram. Penemuan ini selari dengan hipotesis bahawa lebih tinggi tahap pendidikan dan tahap pendapatan pembeli, lebih mahal harga durian yang sanggup dibeli.

Kajian juga menunjukkan bahawa kumpulan pembeli lelaki mendominasi pembelian durian. Secara purata, kumpulan pembeli lelaki yang mempunyai niat untuk membeli buah durian sanggup membelanjakan antara RM50 hingga RM70 daripada RM100 wang yang dimilikinya untuk membeli buah durian. Sebaliknya, pembeli wanita yang mempunyai RM100 hanya sanggup membelanjakan antara RM40 hingga RM50. Daripada penemuan ini, kumpulan sasaran bagi pemasaran durian ialah kaum lelaki.

Kecenderungan membeli durian berbanding dengan buah-buahan lain juga masih menunjukkan perbezaan yang ketara. Kajian ini menunjukkan lebih 60% daripada pengguna lebih cenderung membeli buah durian berbanding dengan buah-buahan lain. Secara purata pengguna yang mempunyai RM100 bersedia membelanjakan kurang RM20 untuk membeli buah-buahan yang lain. Hal ini membuktikan durian masih mempunyai potensi yang tinggi untuk dimajukan dan masih mempunyai nilai pasaran di kalangan penduduk tempatan.

Golongan berpendapatan sederhana iaitu antara RM1,000–RM3,000 merupakan yang paling banyak dan kerap membeli buah durian. Walau bagaimanapun, keupayaan membeli tertumpu kepada buah-buahan yang berharga sederhana. Perkara ini dapat disimpulkan bahawa tumpuan kumpulan pembeli ini ialah durian kampung yang secara puratanya dijual pada harga kurang daripada RM3 sekilogram.

Pemilihan jenis durian

Hampir separuh (49%) daripada responden masih menggemari buah durian kampung, berbanding dengan durian klon (11%); manakala 40% menggemari kedua-duanya. Mengikut pecahan umur pula, responden berusia melebihi 30 tahun menggemari durian kampung (58%) dan (13%) durian klon, manakala responden remaja (di bawah 20 tahun) menggemari kedua-duanya.

Hasil kajian ini menunjukkan kesetiaan responden dewasa kepada durian kampung masih tebal, sedangkan responden remaja tidak memberi perhatian yang khusus kepada satu-satu jenis durian yang dimakan. Satu daripada faktor pemilihan durian ini ialah dari segi baunya. Kebanyakan responden yang menggemari durian tertarik kepada durian yang mempunyai bau yang sedap dan manis dan ciri ini dimiliki oleh kebanyakan durian kampung.

Pilihan pembelian

MARDI telah menghasilkan banyak teknologi pengendalian lepas tuai bagi buah durian. Satu daripada teknologi yang dihasilkan ialah teknologi pemprosesan minimum. Teknologi ini merupakan satu proses pembungkusan ulas buah durian yang telah dikopek dan disimpan di dalam bekas polistiren. MARDI juga telah menghasilkan teknologi penyimpanan ulas durian secara sejuk beku. Melalui teknologi ini ulas buah durian dibungkus di dalam polistiren dan disejukbekukan pada suhu di bawah $-20\text{ }^{\circ}\text{C}$ dan kemudiannya disimpan di dalam peti sejuk beku (freezer). Teknologi ini membolehkan pengguna membeli ulas buah durian yang telah dibekukan dan dimakan pada masa yang disukainya. Teknologi ini telah dibangunkan sejak tahun 2000 dan telah diguna pakai oleh penjual-penjual durian di pasar raya.

Hasil kajian ini menunjukkan hampir 90% responden telah melihat buah durian yang dijual di dalam bekas polistiren. Hal ini menunjukkan bahawa teknologi pemprosesan durian telah disedari kewujudannya oleh konsumer di Malaysia. Walau bagaimanapun, kecenderungan untuk membeli buah durian yang diproses minimum masih berbelah bagi.

Hampir 94% lebih gemar membeli buah segar berbanding dengan buah diproses minimum.

Begitu juga dengan penerimaan pengguna terhadap buah durian yang telah disejukbekukan. Hasil kajian ini menunjukkan kebanyakan responden masih tidak gemar menikmati durian yang telah disejukbekukan, iaitu 67% daripada mereka tidak pernah mencuba atau membelinya. Keadaan ini mungkin dipengaruhi oleh tawaran buah durian segar yang banyak di pasaran dan mereka boleh mendapatkannya pada bila-bila masa.

Kajian ini membuktikan bahawa teknologi-teknologi MARDI sememangnya telah diketahui umum. Malangnya kesedaran untuk menggunakannya masih rendah dan memerlukan promosi yang berterusan untuk meningkatkan penerimaannya di kalangan masyarakat.

Kecenderungan makan durian

Secara umumnya, semua penduduk Malaysia makan durian. Durian merupakan buah yang paling digemari, sehinggakan buah tersebut menerima jolokan “Raja buah”. Hasil kajian ini mendapati lebih kurang 96% daripada responden makan durian. Kajian ini, walau bagaimanapun, menunjukkan terdapat pengurangan dari segi kecenderungan makan durian, jika dibandingkan dengan kajian yang sama dalam tahun 1993. Dalam satu kajian penggunaan dan kegemaran pengguna terhadap durian yang dijalankan oleh Syed Abdillah dll. (1993), sebanyak 98% daripada responden makan durian. Berasaskan hasil kedua-dua kajian ini, didapati trend permintaan durian menurun dalam jangka masa 10 tahun, iaitu sebanyak 3%. Walaupun kecil, trend penurunan permintaan boleh memberi implikasi negatif kepada industri durian dalam jangka masa yang panjang. Sekiranya trend ini berterusan untuk jangka masa 10 tahun yang akan datang, potensi permintaan durian negara akan terjejas dan ini secara langsung akan memberi kesan negatif kepada industri durian negara.

Kajian ini juga telah mengukur persepsi responden berhubung dengan perubahan kecenderungan makan durian pada masa ini

berbanding dengan tahun lalu. Kajian ini mendapati kecenderungan mereka yang makan durian tidak menunjukkan perubahan yang ketara. Hasil keputusan kajian yang dijalankan menunjukkan 32% daripada mereka mempunyai kecenderungan yang meningkat dan 29% menurun. Sebanyak 39% responden pula merasakan bahawa kecenderungan makan durian adalah tidak berubah. Berasaskan penemuan ini bolehlah disimpulkan bahawa pada keseluruhannya persepsi pengguna terhadap durian adalah masih baik, tetapi tanda-tanda awal permintaan pengguna tempatan telah nampak merosot.

Pecahan mengikut kumpulan umur menunjukkan pengguna yang berumur antara 21 hingga 50 tahun merupakan penggemar utama buah durian. Hasil kajian ini mendapati 32% daripada mereka mempunyai kecenderungan yang meningkat, manakala 40% pula tidak berubah. Sebaliknya, kumpulan pengguna berumur melebihi 51 tahun telah mula meninggalkan kenikmatan makan durian. Daripada seramai 308 orang responden yang dikaji, hanya 21% daripada mereka mempunyai kecenderungan yang meningkat, 34% menurun, manakala 32% tidak berubah.

Kumpulan remaja berumur kurang daripada 20 tahun juga merupakan kumpulan pengguna yang kurang makan durian. Dalam semusim, jumlah kekerapan dan bilangan ulas durian yang dimakan adalah kurang berbanding dengan pengguna dewasa melebihi 21 tahun. Secara purata, bagi kumpulan ini, kekerapan makan durian dalam semusim ialah antara 3–4 kali dan jumlah ulas yang dimakan ialah antara 4–6 ulas bagi sekali makan. Sebaliknya bagi pengguna dewasa, mereka makan antara 7–8 kali semusim dengan purata 10 ulas bagi sekali makan.

Adalah diperhatikan bahawa trend kecenderungan makan durian yang berkurangan di kalangan mereka juga agak tinggi (26%) berbanding dengan “yang meningkat” (37%) dan “yang tidak berubah” (36%). Antara faktor penurunan kecenderungan makan durian di kalangan remaja adalah berkait dengan faktor pembeli buah durian. Pembeli utama buah durian adalah

kaum bapa, diikuti oleh ibu dan adik beradik. Apabila kaum bapa kurang membeli durian, keinginan untuk makan durian di kalangan remaja turut berkurangan. Kesan pembelian durian oleh ibu bapa mendorong ahli keluarga yang lain turut makan durian. Faktor ini bertepatan dengan hasil kajian yang menunjukkan bahawa lebih 80% daripada pengguna makan durian kerana dipengaruhi oleh bapa dan ibu.

Ciri-ciri durian

Pada umumnya, ciri buah durian sukar dibezakan. Pembeli sukar membezakan antara durian klon dengan durian kampung. Ini disebabkan kedua-dua jenis durian ini mempunyai ciri fizikal yang hampir serupa. Walau bagaimanapun, kajian ini mendapati lebih separuh (58%) responden mengenali dan dapat membezakan durian klon dengan durian kampung. Kemahiran membezakan durian ini dimiliki oleh responden yang berusia melebihi 40 tahun, manakala responden remaja secara umumnya tidak dapat membezakan kedua-dua varieti durian tersebut. Hasil penemuan ini juga menunjukkan tahap pengetahuan mengenai durian mempunyai korelasi positif terhadap umur, kerana semakin meningkat tahap usia responden, semakin tinggi kemahiran mengenali durian yang dibeli. Penemuan ini memberi implikasi negatif kepada pengetahuan masyarakat berhubung dengan durian di pasaran. Ia menunjukkan tahap pengetahuan berhubung dengan durian adalah rendah di kalangan remaja.

Hasil kajian ini menunjukkan persamaan antara ciri-ciri durian yang digemari oleh pengguna pada masa lalu dengan pengguna masa ini. Ciri-ciri utama durian yang dipilih oleh pembeli adalah berasaskan ciri fizikal buah seperti saiz, warna kulit, warna isi dan rasa isi. Secara amnya, pengguna lebih menggemari buah berbentuk bulat bujur dan bujur panjang; bersaiz sederhana atau besar; berwarna hijau tua kekuningan. Selain itu, ciri buah berduri besar, bertangkai besar dan mudah dikopek juga menjadi pilihan pengguna. Hanya terdapat satu ciri yang berbeza pilihan, iaitu pengguna dahulu lebih

cenderung isi durian berbiji kesip dan kecil, berbanding pengguna sekarang yang memilih buah durian berbiji besar dan penuh. Sesuai dengan ciri keutamaannya, hampir keseluruhan responden menggemari durian yang berbau kuat.

Bagi ciri dalaman pula, pengguna lebih menggemari isi yang berwarna kuning keemasan dan kuning tembaga, tekstur isi pejal halus, berasa lemak manis serta berisi tebal. Mereka juga menggemari isi durian yang timbul dan jelas dan berisi penuh. Kebanyakan pengguna berketurunan Cina menggemari durian bercirikan manis pahit. Ujian persepsi pengguna menunjukkan ciri-ciri fizikal dalaman dan luaran buah durian mempunyai kaitan yang rapat dengan kecenderungan pemilihan buah durian. Pembeli memberi tumpuan utama kepada ciri luaran buah durian seperti bersaiz sederhana besar, diikuti dengan berduri besar, mempunyai bau yang lemak manis dan berwarna hijau kekuningan. Bagi ciri dalaman pula, pembeli memberi tumpuan utama kepada warna isi kekuningan, pejal dan besar. Maklumat ciri durian yang digemari oleh responden adalah seperti di *Lampiran 2*.

Cara makan

Buah durian digemari kerana kelazatannya. Hampir keseluruhan (98%) responden lebih suka makan durian segar. Pada masa yang sama, hanya 48% responden suka makan durian yang sudah diproses seperti dijadikan lempuk, sebagai perisa dan bahan membuat kuih-muih. Kebanyakan responden tidak berapa gemar makan durian bersama makanan lain seperti pulut dan buah-buahan lain.

Hasil penemuan ini meningkatkan lagi cabaran kepada MARDI dan industri kecil untuk membangunkan produk berasaskan durian yang boleh dijual dengan nilai ditambah. Hal ini menyempitkan lagi ruang pasaran buah durian kerana pengguna lebih gemarkan durian segar, berbanding dengan durian yang diproses.

Pengguna tidak makan durian

Daripada jumlah 1,098 responden, 4% daripada mereka tidak makan durian. Peratusan mereka

yang tidak makan durian meningkat sebanyak 2% berbanding dengan kajian pada tahun 1993 (Syed Abdillah dll. 1993). Hampir 40% daripada responden yang tidak makan durian merupakan responden remaja yang berumur kurang daripada 20 tahun dan selebihnya ialah responden berusia melebihi 50 tahun. Walaupun peratusan mereka yang tidak makan durian ini kecil, peratusan ini tetap memberi kesan yang ketara kepada industri durian di Malaysia. Berasaskan penduduk Malaysia yang berusia kurang daripada 20 tahun berjumlah melebihi 7.6 juta orang atau 44% (2005), adalah dianggarkan seramai 342,000 orang tidak makan durian. Memandangkan pasaran durian domestik yang kecil, jumlah ini memberi kesan yang ketara kepada pemasaran durian di dalam negara. Dengan mengambil kira purata bilangan buah yang dibeli oleh pemakan durian sebanyak 15–30 biji bagi setahun, pasaran durian negara kehilangan lebih kurang 7.5 juta biji pasaran durian setahun.

Bagi responden remaja, kajian ini mendapati hampir 70% daripada mereka tidak makan durian sejak kecil. Sementara bagi responden melebihi 50 tahun, 58% berhenti makan durian apabila mengetahui mempunyai masalah kesihatan, khususnya diabetes; 23% tidak berminat lagi makan durian dan 19% pula disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Responden yang tidak makan durian memberi sebab bau dan kesihatan sebagai faktor utama. Selain itu, faktor tabiat pemakanan di rumah iaitu ketua keluarga tidak membeli/makan durian juga menyumbang kepada responden yang tidak makan durian.

Semasa kajian ini dijalankan, responden telah ditanya sama ada mereka akan mengubah kecenderungan makan durian, daripada tidak makan kepada makan durian. Hasil penemuan kajian ini mendapati bahawa pengubahan ciri-ciri yang digemari oleh pengguna tetap tidak akan mempengaruhi pengguna yang tidak makan durian. Misalnya, jika ada teknologi yang dapat mengurangkan bau durian pun, tidak akan mengubah pendirian mereka bertukar kepada menggemari makan durian. Daripada penemuan ini bolehlah disimpulkan

bahawa mereka yang tidak makan durian adalah kumpulan yang sukar diubah kecenderungannya.

Jangkaan trend penggunaan durian di Malaysia

Trend penggunaan durian pada masa akan datang adalah dipengaruhi oleh pengguna remaja pada masa ini. Kumpulan penduduk yang berumur kurang daripada 20 tahun pada masa ini merupakan 44% daripada keseluruhan penduduk Malaysia. Bilangan penduduk ini akan menjadi ketua keluarga dalam tempoh 10 tahun dari sekarang. Berasaskan persepsi kecenderungan makan durian di kalangan penduduk dalam kumpulan ini pada masa kini yang berjumlah 26.3 juta dan pertambahan penduduk pada kadar 2.5% kadar penggunaan durian dijangka meningkat selaras dengan pertambahan penduduk. Berasaskan andaian kadar kecenderungan penggunaan durian adalah sama bagi tempoh 10 tahun akan datang, dijangka bilangan penduduk yang mempunyai kecenderungan makan durian yang stabil dan meningkat akan bertambah daripada 13.64 juta orang kepada 17.36 juta orang. Manakala bilangan pengguna yang akan berkurangan kadar kecenderungan makan durian hanya meningkat daripada 6.36 juta kepada 7.37 juta orang. Jangkaan pertambahan pengguna durian adalah ditunjukkan dalam *Lampiran 3*.

Walaupun jangkaan penggunaan durian per kapita dijangka menurun daripada 4.82 kg/orang setahun pada 2003 kepada 4.26 kg/orang setahun (2010), jumlah penggunaan durian akan meningkat daripada 146,000 tan dalam tahun 2003 kepada lebih 210,000 tan dalam tahun 2010. Untuk meningkatkan lagi potensi durian, program kesedaran kebaikan durian, pembungkusan dan pembangunan produk nilai ditambah perlu ditingkatkan dari sekarang. Tumpuan pemasaran dan promosi perlu ditujukan kepada kumpulan pengguna berumur di bawah 20 tahun. Melalui program kesedaran yang berterusan pada masa ini dijangka akan meningkatkan lagi permintaan durian pada

masa hadapan dan turut memajukan industri durian ini.

Cadangan

Berasaskan penemuan kajian ini beberapa cadangan bagi memastikan kemajuan komoditi durian dikemukakan.

Pengeluaran berasaskan permintaan

Berasaskan keluasan tanaman durian yang ada sekarang, pengeluaran durian dijangka kekal pada 370,000 tan setahun bagi tempoh 2005 hingga 2010. Walau bagaimanapun, penggunaan durian dijangka hanya meningkat daripada 172,010 tan dalam tahun 2005 kepada 207,833 tan dalam tahun 2010 (FAMA 2005). Perkara ini menyebabkan berlakunya lebihan penawaran dan mengakibatkan harga pasaran yang tidak menentu. Dalam Rancangan Malaysia ke-8, kerajaan telah membuat keputusan untuk tidak menggalakkan penanaman baru durian. Langkah kawalan ini bertujuan mengimbangi penawaran durian di pasaran dengan jumlah permintaan. Langkah pengawalan penanaman pokok durian baru ini telah dapat menstabilkan pengeluaran buah durian, tetapi masih lagi tinggi berbanding dengan permintaan.

Selain kawalan penanaman pokok durian baru, kawalan pengeluaran buah durian juga boleh dilaksanakan. Penjarangan buah boleh dilakukan di peringkat awal musim untuk menghasilkan buah-buahan berkualiti pada kuantiti yang mencukupi. Kaedah ini telah diamalkan di negara-negara pengeluar utama buah-buahan dan didapati sangat berkesan bagi memastikan penawaran buah sentiasa seimbang dengan permintaan.

Penanaman pokok durian klon

Penanaman pokok durian klon telah lama dilaksanakan. Walau bagaimanapun, kewujudan pokok-pokok durian kampung masih lagi tinggi. Hal ini memberi kesan negatif kepada pengeluaran dan pemasaran durian keseluruhannya. Berasaskan penemuan kajian ini, kumpulan pembeli remaja didapati tidak begitu mengambil kira antara durian kampung dengan durian klon. Keadaan ini

membolehkan penggantian durian kampung dengan durian klon dilakukan dengan berkesan. Kerajaan seharusnya mengambil kesempatan ini menggantikan durian kampung ini dengan durian klon terpilih.

Untuk tujuan itu, langkah-langkah perlu diambil untuk memastikan hanya klon tertentu sahaja ditanam dan bahan tanaman tulen yang berkualiti sahaja dibekalkan kepada petani. Melalui cara ini kerajaan boleh menetapkan jumlah pokok durian yang sesuai ditanam untuk dimakan segar dan untuk tujuan pemrosesan. Tumpuan kepada satu-satu klon durian juga membolehkan pengurusan teknologi dilaksanakan seperti teknologi pengeluaran, penuaian, teknologi lepas tuai dan pembungkusan, serta pemasaran ke dalam dan luar negara.

Memperluas pasaran

Pada masa ini tumpuan pasaran eksport durian Malaysia hanyalah ke Singapura. Pengurangan import durian oleh Singapura memberi kesan negatif kepada keseluruhan pasaran durian tempatan. Malaysia tidak seharusnya bergantung kepada pasaran domestik yang sempit dan pasaran tradisi sahaja. Berbanding dengan Thailand yang mengeksport durian ke negara di luar ASEAN, Malaysia perlu meneroka pasaran baru. Malaysia boleh menggunakan destinasi pasaran durian Thailand sebagai fokus pasaran baru. Musim buah durian di Thailand yang berbeza membolehkan Malaysia memasarkan durian di tempat yang sama. Durian Thailand dipasarkan dengan banyak pada bulan Januari hingga Mei, sementara musim utama durian di Malaysia adalah di antara Mei hingga Ogos (FAMA 1987). Perbezaan musim ini tidak mewujudkan persaingan, malahan kedua-dua negara boleh saling berkongsi maklumat pasaran.

Pada umumnya, pasaran durian ke negara Eropah, Amerika Syarikat dan Asia Barat adalah bagi memenuhi permintaan masyarakat Asia yang tinggal di sana. Dengan perluasan dunia tanpa sempadan, bilangan penduduk Asia di negara-negara tersebut dijangka terus meningkat. Malaysia boleh mengambil

peluang ini dengan meningkatkan eksport buah durian sejuk beku ke pasaran terpilih. Pasaran eksport durian sejuk beku masih luas memandangkan Thailand hanya memasarkan kurang 1,000 tan (7% daripada keseluruhan pasaran eksport durian) durian sejuk beku ke pasaran Eropah dan Amerika Syarikat.

Kesimpulan

Secara umumnya, trend kecenderungan makan atau permintaan durian di kalangan penduduk Malaysia dalam jangka masa 10 tahun (1993–2004) menurun. Walaupun perubahan ini dianggap kecil dan masih tidak kritikal, ia perlu dibendung untuk mengelakkan kesan jangka panjang kepada industri durian.

Durian kampung masih menjadi pilihan utama pengguna. Namun begitu masih ada peluang untuk memajukan industri durian klon kerana golongan remaja yang mewakili lebih 44% penduduk Malaysia mempunyai kecenderungan kepada durian klon. Sasaran pengguna yang boleh mempengaruhi pembangunan industri durian pada masa hadapan ialah remaja berumur kurang daripada 20 tahun. Mereka yang akan berkeluarga akan mempengaruhi ahli keluarga masing-masing untuk makan durian.

Teknologi yang berkaitan dengan durian yang dihasilkan oleh MARDI seperti teknologi pemrosesan buah secara minimum dan teknologi sejuk beku telah tersebar dengan meluas di kalangan konsumer di Malaysia. Cabaran utama kepada program pemindahan teknologi ialah meningkatkan kesedaran pengguna tentang teknologi tersebut.

Dengan ketepuan pasaran domestik yang mungkin akan hanya berkembang dengan pertambahan penduduk sahaja, adalah penting bagi Malaysia untuk menerokai pasaran eksport seperti di China, Taiwan dan juga negara-negara maju yang mempunyai golongan etnik Asia yang tinggi. Sejajar dengan ini, teknologi terperinci yang berkemampuan untuk membawa durian ke pasaran eksport yang lebih jauh perlu dijana dan dibaiki supaya teknologi tersebut lebih kompetitif dari segi kos dan kualiti.

Rujukan

- Anon. (1998). *Third National Agricultural Policy (1998–2010)*. Kuala Lumpur: Kementerian Pertanian Malaysia
- (1999). *Malaysian Agricultural Directory and Index 1999/2000*. Kuala Lumpur: Agriquest Sdn. Bhd.
- (2002). *Buku Perangkaan Pertanian 2000*. Kuala Lumpur: Kementerian Pertanian Malaysia
- (2003). *Statistik pertanian 1993*. Kuala Lumpur: Jabatan Pertanian Malaysia
- (2005a). *Malaysian Agricultural Directory and Index 2003/2004*. Kuala Lumpur: Agriquest Sdn. Bhd.
- (2005b). *Population Distribution and Basic Demographic Characteristics*. Kuala Lumpur: Department of Statistic Malaysia
- (2005c). *Yearly Report. Reporting Countries Export Statistics*. <http://www.gtis.com/gta/login.cfm>
- FAMA (1987). *Buah-buahan bermusim di Malaysia*. Kuala Lumpur: Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan
- (2005). *Analisis Industri Durian*. Kuala Lumpur: Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan
- Syed Abdillah, S.A., Mohd. Yunus, J. dan Raziah, M.L. (1993). Kajian keratan rentas kegemaran makan durian segar di kalangan pengguna. *Makalah sesekala bil. 5: 3*. Kuala Lumpur: MARDI

Abstract

A study on consumers' preference involving 1,098 respondents was conducted in Peninsular Malaysia, Sabah and Sarawak. This study analysed the characteristic of durian preferred and the potential outlook of the durian industry. The results of this study revealed that the consumption of durian among Malaysians comprised 96% of the total respondents. However, this study also showed that durian consumption among Malaysians has marginally declined by about 3% for the past 11 years (1993–2004). During that period, the fruits purchased and the frequency of purchasing were reduced by nearly 30%. The main consumers of durian are adults between 21 and 50 years old. The consumers preferred to purchase durian from the open space outlets such as night markets and road-side stalls as compared to supermarkets. For respondents over 21 years old, they preferred durian kampung more than clonal durian. While the respondents below 20 years old, they preferred the durian kampung as well as the clonal durian. The main characteristics of durian preferred by consumers are medium to large, egg-shaped, dark green with yellowish skin and have a strong and sweet smell. The consumers also preferred thick flesh with golden or yellowish in colour and sweet in taste. Respondents that did not consume durian were mainly those below 20 or adults above 50 years of age. The main reasons for not consuming durian were its bad odour or for health reasons, especially diabetes. In addition, the parents' consumption behaviour also influences the consumption of durian among teenagers. To overcome the saturated demand from the domestic market, Malaysia needs to aggressively explore export markets, including to distanced developed countries with high Asian ethnic population. Hence, continuous improvement in postharvest and storage technologies might be the key to ensure successful diversification of export markets for Malaysian durian. The durian industry has the potential to develop further in Malaysia and contributes towards the Malaysian economy.

Lampiran 1. Latar belakang dan profil responden

Latar belakang/profil		Bil.	Peratus
Umur	< 20 tahun	148	13.5
	21–30 tahun	344	31.3
	31–40 tahun	288	26.2
	41–50 tahun	224	20.4
	> 51 tahun	94	8.6
Bangsa	Melayu	802	72.4
	Cina	184	17.6
	India	34	3.3
	Bangsa-bangsa lain	78	6.7
Pekerjaan	Makan gaji	723	66.0
	Bekerja sendiri	165	15.0
	Pelajar	153	14.0
	Lain-lain (pesara, suri rumah)	56	5.0
Pendidikan	Sekolah rendah	61	5.6
	Sekolah menengah	525	48.0
	Universiti	507	46.4
Pendapatan	< RM500	89	8.2
	RM500–RM1,000	294	27.1
	RM1,001–RM3,000	471	43.4
	RM3,001–RM5,000	163	15.0
	> RM5,000	69	6.4
Keluarga memiliki pokok durian	591	53.9	

Lampiran 2. Ciri-ciri buah durian yang menjadi kegemaran pengguna

Ciri-ciri	Sifat	Pengguna (%)
Bentuk buah	Bulat bujur	39.6
	Bujur panjang	30.4
	Bulat	30.0
	Jantung	26.6
Saiz buah	Besar	35.5
	Sederhana	42.5
	kecil	14.8
Warna kulit	Hijau tua	32.3
	Hijau tua kekuningan	42.1
	Hijau muda kekuningan	26.9
Duri	Besar tumpul	43.9
	Besar tajam	32.9
	Kecil tumpul	19.6
	Kecil tajam	24.4
Pengopekan buah	Senang	89.5
Tangkai	Besar dan pendek	49.4
	Besar dan panjang	27.6
	Kecil dan pendek	14.2
	Kecil dan panjang	16.5
Warna Isi	Kuning emas	75.5
	Kuning tembaga	53.9
	Kuning pucat	10.5
	Putih susu	16.5
Tekstur isi	Pejal halus	65.2
	Lembik halus	34.0
	Lembik berserabut	12.0
	Pejal berserabut	14.7
Rasa isi	Lemak manis	69.0
	Lemak manis sedikit pahit	39.7
	Manis	38.8
	Manis sedikit pahit	23.4
Aroma	Sangat harum	56.3
	Sederhana harum	32.0
	Kurang harum	10.3
Bentuk pangsa	Timbul dan jelas	61.6
	Kurang jelas	15.0
Bentuk isi	Kesip	38.7
	Penuh	59.9

Lampiran 3. Kecenderungan penggunaan durian pada tahun 2005 dan jangkannya pada tahun 2015 di Malaysia

Umur pengguna	Kecenderungan penggunaan durian pada tahun 2005			Jangkaan penggunaan durian pada tahun 2015	
	Persepsi kecenderungan makan durian	Bil. penduduk (juta)	Bil. pengguna (juta)	Jangkaan penduduk (juta)	Jangkaan pengguna (juta)
	Meningkat				
10–19 tahun	26.4%	5.864	2.1755	8.431	3.1279
20–29 tahun	27.8%	5.138	1.6280	5.867	1.8598
30–39 tahun	26.6%	4.154	1.4414	5.138	1.7829
40–49 tahun	34.2%	3.721	0.9637	4.154	1.0759
50–59 tahun	33.0%	3.192	1.0757	3.721	1.2540
Jumlah		22.069	7.2843	27.311	9.1005
	Tidak berubah				
10–19 tahun	26.4%	5.864	1.5006	8.431	2.2258
20–29 tahun	27.8%	5.138	1.4284	5.867	1.6310
30–39 tahun	26.6%	4.154	1.1050	5.138	1.7577
40–49 tahun	34.2%	3.721	1.2726	4.154	1.4207
50–59 tahun	33.0%	3.192	1.0534	3.721	1.2279
Jumlah		22.069	6.3600	27.311	8.2631
	Berkurangan				
10–19 tahun	26.4%	5.864	1.5481	8.431	2.2258
20–29 tahun	27.8%	5.138	1.4284	5.867	1.6310
30–39 tahun	26.6%	4.154	1.1050	5.138	1.3667
40–49 tahun	34.2%	3.721	1.2279	4.154	1.4207
50–59 tahun	33.0%	3.192	1.0534	3.721	1.2279
Jumlah		22.069	6.3628	27.311	7.8721