

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hortikultura merupakan salah satu sub sektor dari sektor pertanian yang dapat dikembangkan melalui upaya peningkatan produksi untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri maupun internasional. Tanaman hortikultura juga berperan penting dalam meningkatkan nilai gizi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen. Salah satu tanaman hortikultura adalah buah-buahan. Buah adalah sumber pangan penting yang dapat menjadi sumber karbohidrat, vitamin, mineral, serat, dan senyawa fenolat yang berfungsi sebagai antioksidan. Studi epidemiologi menunjukkan bahwa tingginya konsumsi buah berkorelasi negatif dengan risiko penyakit.

Peningkatan konsumsi buah telah menjadi strategi dan prioritas global dalam memperbaiki tingkat kesehatan masyarakat (Hoerudin, 2012). Tingkat konsumsi buah dan sayur pada masyarakat Indonesia saat ini dapat dikatakan masih rendah. Standar konsumsi yang direkomendasikan oleh Food and Agriculture Organization (FAO) yaitu 73 kilogram per kapita per tahun sedangkan di Indonesia saat ini tingkat konsumsi sayur dan buah segar hanya 40 kilogram per kapita per tahun. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1 pengeluaran rata-rata perkapita buah-buahan sebulan di Indonesia.

Tabel 1. Pengeluaran Rata-rata Perkapita Buah-Buahan Sebulan di Indonesia Tahun 2015-2021

No	Tahun	Pengeluaran Buah-Buahan (%)
1	2015	2.32
2	2016	2.52
3	2017	2.20
4	2018	2.53
5	2019	2.36
6	2020	2.46
7	2021	2.07

Sumber: BPS (2021)

Walaupun konsumsi buah di Indonesia masih rendah akan tetapi saat ini semakin tahun mengalami peningkatan permintaan dari buah-buahan. Pada Tabel 1 menunjukkan tiap tahun dapat dikatakan mengalami pertambahan persentase pengeluaran rata-rata perkapita konsumen dalam menyantap buah-buahan. Selain itu produksi buah-buahan di Indonesia tiap tahun menemui kenaikan yang disebabkan akibat melonjaknya jumlah penduduk setiap tahunnya. Fenomena ini ditunjukkan dari semakin tingginya kuantitas dan macam pada kebutuhan masyarakat, salah satunya pada kebutuhan pangan. Buah-buahan adalah salah satu makanan bahan pangan yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari untuk menjaga dan meningkatkan kesehatan pada tubuh seseorang. Oleh karena itu, konsumsi buah-buahan di masyarakat mengalami peningkatan.

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki 4 kabupaten dan 1 kota yang memiliki kepadatan penduduk tertinggi berada pada Kabupaten Sleman sebesar 1 265 429 jiwa pada tahun 2021 (BPS, 2021). Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk maka secara tidak langsung akan mendorong meningkatnya permintaan pada buah-buahan. Dengan demikian membuat banyaknya penjual-penjual buah yang dapat ditemukan diberbagai tempat seperti di pinggir jalan, pasar tradisional, pasar modern, swalayan, hingga toko buah online. Sentra buah di Daerah Istimewa

Yogyakarta salah satunya adalah di Pasar Sentral Umum, Ambarketawang, Gamping. Data yang tercatat saat ini terdapat sekitar 95 kios yang berada di Pasar Sentral Umum Ambarketawang. Kios tersebut memiliki ukuran yang beragam diantaranya 5x7, 5x8, dan 5x10 meter.

Setiap penjual buah hendaklah untuk memberikan kualitas buah, harga, promosi, kenyamanan tempat dan pelayanan yang baik sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen seperti halnya yang dilakukan oleh toko buah Frutamart. Toko buah ini berada di pinggir jalan sebelah utara gerbang Setral Grosir Buah Gamping, yang tepatnya di jalan Patukan, Kelurahan Ambarketawang, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi tersebut merupakan lokasi yang sangat strategis dikarenakan banyak dikunjungi oleh masyarakat. Toko Buah Frutamart merupakan toko buah yang berdiri sejak tahun 2017, toko ini memiliki banyak keunggulan dibandingkan toko buah lain di Pasar Sentral Umum, Ambarketawang. Keunggulan toko buah Frutamart yaitu menawarkan berbagai jenis buah lokal dan buah impor dengan beraneka rupa jenis dan lebih bervariasi dibandingkan toko buah disekitarnya atau tidak dijual di tempat lain. Toko Frutamart tidak hanya menawarkan buah segar saja, tetapi terdapat juga olahan buah seperti : salad buah, pancake durian, minuman dalam kemasan, dan sebagainya. Toko tersebut juga buka 24 jam serta konsumen dapat membelinya dengan melalui pesan online dan pesan antar pada jam 8 pagi sampai 4 sore.

Konsumen memiliki banyak pilihan karena barang, merek, dan pelaku bisnis yang berbeda muncul dan menawarkan manfaat yang berbeda. Dalam mengambil keputusan pembelian, motivasi adalah hal dasar alasan psikologis konsumen dapat memutuskan produk apa yang mereka cari. Survei ini terkait dengan faktor

psikologis konsumen dalam keputusan pembelian produk. Menurut Albari (2002) motivasi merupakan permulaan dari segala perilaku konsumen, hal ini merupakan proses dari individu guna menjadikan keperluannya dan memulai melakukan kegiatan untuk mendapatkan rasa kepuasan. apabila seseorang memiliki motivasi yang besar terhadap tujuan tertentu, dengan demikian akan terpengaruh untuk berperilaku menguasai tujuan tersebut. Begitu juga ketika seseorang mempunyai motivasi yang rendah, maka orang tersebut akan mencoba untuk menghindari obyek yang bersangkutan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji sebagai berikut :

1. Bagaimana motivasi konsumen dalam pembelian produk buah di Toko Buah Frutamart?
2. Bagaimana hubungan motivasi dengan perilaku pembelian buah di Toko Frutamart?

C. Tujuan

1. Mendeskripsikan motivasi konsumen dalam pembelian produk buah di Toko Frutamart
2. Mengetahui hubungan motivasi dengan perilaku pembelian buah di Toko Frutamart

D. Kegunaan

- a. Bagi pihak “Frutamart” penelitian ini dapat membagikan informasi tentang profil konsumen dan motivasi konsumen dalam membeli buah-buahan serta

indikator yang mendorong konsumen untuk membeli produk buah sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi kinerja usaha tersebut.

- b. Bagi akademisi dan pembaca, diharapkan dapat menambah wawasan, bahan bacaan atau acuan untuk penelitian berikutnya dan menjadi bahan media informasi bagi masyarakat yang berkenaan dengan masalah-masalah yang relevan dengan penelitian ini.