

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara agraris karena memiliki lahan pertanian yang luas sehingga menghasilkan sumber daya alam berlimpah. Pertanian secara luas memiliki enam sektor yang meliputi sektor tanaman hortikultura, tanaman pangan, peternakan, perkebunan, kehutanan dan perikanan. Masing-masing sektor tersebut dapat memberikan keuntungan bagi perekonomian Indonesia yang akan datang apabila dapat dikelola dengan baik dan benar. Bisnis pertanian atau agribisnis merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengelola hasil pertanian tersebut (Latifa, 2015).

Bisnis pertanian yang sangat menjanjikan untuk pembangunan ekonomi negara adalah sektor tanaman hortikultura. Buah-buahan merupakan salah satu contoh dari sektor tanaman hortikultura yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan memegang peranan dalam perekonomian negara (Widiyanto, 2016). Apabila buah-buahan dapat dikembangkan secara intensif dengan baik dan benar, maka akan mempunyai prospek sangat baik yang akan menguntungkan bagi perekonomian negara (Zulkarnain, 2009).

Buah-buahan merupakan salah satu jenis hortikultura yang memiliki daya tarik tersendiri karena memiliki rasa yang khas pada setiap jenisnya sehingga digemari oleh masyarakat untuk dikonsumsi. Berkembangnya jenis komoditas buah-buahan hingga saat ini membuat masyarakat makin gemar mengonsumsi buah-buahan. Menurut para ahli gizi kesehatan baik dari dalam maupun luar negeri berpendapat bahwa mengonsumsi buah sangat baik untuk kesehatan karena memiliki kadar air, mineral, vitamin dan serat yang tinggi tetapi rendah dalam hal energi, lemak dan karbohidrat sehingga baik digunakan sebagai makanan utama dalam program penurunan

berat badan secara alami. Peningkatan jumlah produksi buah-buahan diperkirakan akan terus bertambah setiap tahunnya seiring bertambahnya jumlah penduduk (Badan Pusat Statistik, 2020). Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa agribisnis buah-buahan memiliki keberagaman sehingga melibatkan peran masyarakat sebagai mata pencahariannya dalam proses *onfarm* dan *off-farm*. Hal ini dapat dilihat dari tabel 2 dibawah ini mengenai produksi buah – buahan di Indonesia.

Tabel 1. Produksi buah-buahan di Indonesia tahun 2018 dan 2019 (ton).

<b>Nama Buah</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Alpukat	410,084	461,613
Belimbing	101,547	106,067
Duku/Langsar	236,746	269,337
Durian	1,142,094	1,169,802
Jambu biji	230,690	239,405
Jambu air	111,799	122,943
Jeruk siam/keprok	2,408,029	2,444,516
Jeruk besar	102,391	118,969
Sirsak	68,487	70,728
Mangga	2,624,783	2,808,936
Manggis	228,148	246,476
Nangka/Cempedak	775,475	779,859
Nenas	1,805,499	2,196,456
Pepaya	887,580	986,991
Pisang	7,264,379	7,280,659
Rambutan	715,924	764,583
Salak	896,504	955,763
Sawo	144,102	144,964
Markisa	59,265	44,977

Sumber : Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura

Jumlah produksi buah-buahan yang meningkat setiap tahunnya membukapeluang bagi para masyarakat untuk membuka usaha buah-buahan. Tentunya apabila produksi buah meningkatkan, dapat dipastikan bahwa jumlah konsumsipun juga meningkatkan. Berdasarkan tabel 2 dibawah ini dapat dilihat bahwa jumlah konsumsi buah yang ada di Kota Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Tabel 2. Rata-rata konsumsi buah-buahan di Kota Bandung tahun 2019 dan 2020.

<b>Jenis Buah</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Jeruk	0.124	0.101
Mangga	0.006	0.010
Apel	0.033	0.038
Rambutan	0.066	0.052
Duku	0.050	0.059
Durian	0.011	0.012
Salak	0.018	0.016
Pisang	0.037	0.034
Pepaya	0.085	0.097
Semangka	0.028	0.052
Tomat	0.010	0.008

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2020

Buah – buahan yang tumbuh dan ditanaman oleh petani di Indonesia dinamakan dengan buah lokal. Buah lokal memiliki nilai ekonomis yang tinggi dapat kita temukan diberbagai tempat seperti pasar tradisional, pasar modern, online maupun pinggir jalan. Buah yang dijual di Indonesia bukan hanya buah lokal saja, tetapi juga buah impor. Buah impor merupakan buah yang didatangkan dari luar negeri. Buah impor yang banyak bereda di pasaran beraneka ragam seperti apel fuji, anggur red globe, pear, jeruk kino, kiwi, kurma dan lain – lain. Tersedianya buah – buahan impor ini menambah variasi buah yang akan dikonsumsi oleh masyarakat. Semakin banyak variasi buah yang dikonsumsi maka akan semakin banyak pula vitamin dan nutrisi yang akan diserap oleh tubuh.

Agribisnis dibidang buah – buahan memiliki daya saing ekonomi yang tinggi yang membawa dampak bagi para penjual buah segar. Para penjual harus bisa memikat hati para konsumen dengan berbagai cara seperti memberikan harga, kualitas produk, pelayanan yang baik serta tempat yang nyaman agar konsumen merasa puas. Sejalan dengan itu, apabila pelanggan merasa puas maka mereka akan menjadi pelanggan yang loyal dan sebaiknya dipertahankan karena untuk menarik pelanggan baru dibutuhkan biaya lima kali lipat daripada mempertahankan

pelanggan lama.

Suksesnya sebuah bisnis usaha ditandai dengan banyaknya pelangganyang setia (Fihartini, 2011). Untuk melalui perubahan lingkungan bisnis yang sangat cepat saat ini akhirnya memaksa para pelaku usaha untuk bisa bertahan dan memenangkan persaingan dengan cara terus berusaha menciptakan dan mengembangkan ide-ide kreatif serta mempertahankan hubungan yang berkualitas dengan pelanggan agar bisa tetap bersaing. Keinginan untuk mencapai titik dimana suatu usaha bisa dikenal oleh banyaknya konsumen harus melewati banyak rintangan yang terbilang cukup sulit. Seiring berjalannya waktu dan niat yang sudah tertanam bagi para pengusaha untuk menghasilkan usaha yang sukses, para pemilik usaha dituntut untuk membuat strategi yang akan digunakan untuk menghadapi persaingan yang sengit ini. Pencapaian konsumen merupakan visi misi terpenting suatu perusahaan dimana harapannya konsumen akan loyal terhadap produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Dengan demikian, kepuasan konsumen menjadi point penting bagi eksistensi suatu perusahaan.

Menurut (Kotler, 2012) faktor-faktor yang menjadi penentu apakah seorang konsumen puas terhadap suatu produk yaitu dilihat dari kualitas produk, pelayanan yang diberikan, harga, tempat dan promosi. Kualitas produk merupakan salah satu penyebab utama seorang konsumen loyal terhadap usaha yang didatangi. Jadi perusahaan dituntut untuk menyediakan produk yang memiliki kualitas yang baik tapi tidak lupa pula dengan harga yang bisa diterima oleh para konsumen. Untuk itu, penentuan harga bisa disesuaikan dengan kualitas produk yang dijualkan. Disisi lain, kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen juga harus diperhatikan. Konsumen akan merasa nyaman apabila dilayani dengan ramah dan juga bisa membantu menjawab kesulitan apa dan kebutuhan apa yang konsumen inginkan. Tempat yang bersih juga merupakan faktor utama dari kenyamanan konsumen. Konsumen akan merasa nyaman apabila suatu usaha yang didatangi

memiliki tempat yang bersih dan barang-barang yang dijual juga tertata dengan baik dan rapi, sehingga memudahkan konsumen untuk melihat-lihat dan memilih. Tidak lupa pula dengan promosi yang sampai saat ini juga masih harus dijalankan dikarenakan banyaknya konsumen yang juga sangat tertarik dengan promosi dan bahkan perusahaan-perusahaan besar yang ingin membeli dalam jumlah banyak.

Salah satu toko buah yang mengalami persaingan juga dirasakan oleh toko buah “Rumah Buah” yang berada di Jl. Sultan Tirtayasa, No.22, Citarum, Kecamatan Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat. “Rumah Buah” merupakan sebuah toko buah yang sudah berdiri sejak 17 Juli 2005. Toko buah “Rumah Buah” merupakan salah satu toko buah yang menjual varian buah lokal seperti apel malang, mangga indramayu, alpukat mentega, sawo dan lain-lain. Buah impor juga tersedia di Rumah Buah yang di impor dari negara-negara pemasok buah terkenal seperti China, Korea, California, dan lain-lain. Buah impor yang dijual diantaranya seperti pepaya, jeruk, pear, mangga, apel, dan lain-lain.

“Rumah Buah” mengakui bahwa mereka mampu bertahan dari sengitnya persaingan melalui produk-produk unggulan baik buah lokal maupun impor yang mereka sajikan serta harga yang diberikan juga lebih relatif murah dibandingkan dengan kompetitor sejenis. Nanakam adalah salah satu toko buah yang berada dekat dengan rumah buah dengan radius 700m yang menjual buah dengan harga yang berbeda dengan rumah buah seperti jeruk lemon lokal dengan harga 16.750/kg sedangkan rumah buah menjual dengan harga 14.500/kg serta buah lainnya yang juga memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan rumah buah. Contoh lain kompetitor toko buah sejenis yang dekat dengan rumah buah adalah La Tropica dengan radius 2km dari rumah buah. La Tropica juga menjual harga yang berbeda dengan rumah buah seperti mangga harus manis seharga 45.000/kg sedangkan di rumah buah seharga 43.500/kg. Penetapan harga oleh para pemilik usaha memiliki

peranan penting terhadap kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk. Semakin murah harga yang diberikan penjual dibandingkan dengan kompetitor sejenis, maka konsumen akan merasa puas.

Banyak anggapan bahwa buah impor lebih baik daripada buah lokal dan dari anggapan tersebut tidak selamanya benar. Buah impor tidak selamanya mengungguli buah lokal baik itu rasa, tampilan fisik dan harga. Tidak sedikit buah lokal yang memiliki rasa dan kualitas lebih baik daripada buah impor. Didalam berwirausaha, seorang penjual buah harus memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh seorang konsumen sehingga bisa terbentuk rasa puas didalam diri konsumen dari produk yang mereka sajikan karena seorang konsumen adalah pasar sasaran dari sebuah produk. Apabila produk tersebut dianggap mampu memenuhi ekspektasi konsumen terhadap apa yang mereka terima dengan apa yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas dan akan membeli produk tersebut dalam kurun waktu yang lama, sebaliknya apabila sebuah produk dianggap tidak bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka konsumen tidak akan puas.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen di toko buah “Rumah Buah” Kota Bandung dengan rumusan masalah sebagai berikut : 1) Bagaimana profil konsumen buah lokal dan impor di toko buah “Rumah Buah” Kota Bandung 2) Bagaimana perilaku pembelian konsumen “Rumah Buah” Kota Bandung 3) Bagaimana kepuasan konsumen terhadap buah lokal dan impor ditoko buah “Rumah Buah” Kota Bandung.

## **B. Tujuan**

1. Mendeskripsikan profil konsumen buah lokal dan impor di toko buah “Rumah Buah” Kota Bandung.
2. Mengetahui perilaku pembelian buah lokal dan impor ditoko buah “Rumah Buah” Kota Bandung.
3. Menganalisis kepuasan konsumen terhadap buah lokal dan impor ditoko buah “Rumah Buah” Kota Bandung.

## **C. Kegunaan Penelitian**

1. Mengasah kemampuan penulis dalam menganalisis dan mengidentifikasi masalah berdasarkan kejadian nyata dilapangan dengan data yang tersedia, kemudian disesuaikan dengan pengetahuan yang diterima dikampus selama masa perkuliahan.
2. Bagi pemilik toko “Rumah Buah” sebagai referensi terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat mengetahui kekurangan apa saja yang terjadi dan nantinya akan dievaluasi agar keinginan konsumen bisa selalu terpenuhi.
3. Bagi pembaca, diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi mengenai analisis kepuasan konsumen dalam pembelian buah segar dan bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya