

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertanian organik merupakan teknik budidaya pertanian yang didasarkan pada bahan alami dengan menghindari penggunaan bahan kimia yang dapat membahayakan tanah maupun tanaman. Bahan yang biasanya digunakan yaitu pupuk, seperti pupuk kompos atau sampah organik, pupuk kandang berupa kotoran hewan ternak dan pupuk organik lainnya. Tujuan utama pertanian organik yaitu menyediakan produk pertanian, terutama bahan pangan yang aman bagi kesehatan serta ramah lingkungan (Mayrowani, 2012).

Salah satu produk pertanian yang menggunakan sistem budidaya secara organik adalah beras organik. Beras adalah makanan yang pokok bagi penduduk Indonesia. Beras organik sering disebut sebagai beras herbal karena tidak mengandung pestisida, pewarna, pupuk dan bahan kimia lainnya. Oleh karena itu, beras organik sangat aman dan sehat dikonsumsi oleh balita, orang dewasa maupun orang tua. Beras organik memiliki keunggulan aroma yang lebih harum, lebih tahan lama dalam penyimpanannya, serta memiliki cita rasa yang enak karena diolah pada tanah yang subur serta terhindar dari zat-zat kimia yang berbahaya bagi kesehatan (Syavardie et al., 2019). Beras organik memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan beras non organik karena pada sistem budidayanya yang lebih rumit, seperti hanya menggunakan pupuk, lokasi harus jauh dari polusi harus berada pada tanah yang ramah lingkungan (Setiawan et al., 2016).

Permintaan beras organik semakin meningkat. Hal ini disebabkan perubahan gaya hidup masyarakat yang mulai memperhatikan hidup sehat, sehingga sebagian besar masyarakat mulai lebih memilih produk organik dibandingkan non organik. Dengan adanya perubahan gaya hidup sehat tersebut akan mendorong peningkatan permintaan terhadap produk organik, sehingga akan menyebabkan berkembangnya bisnis produk organik salah satunya yaitu beras organik (Dwiastuty et al., 2020).

Persaingan usaha produk saat ini semakin pesat dan semakin meningkat. Menghadapi persaingan usaha yang lebih ketat, salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh seorang pengusaha yakni bagaimana mereka memahami perilaku konsumen yang akan atau telah membeli produk tersebut. Pengusaha juga perlu

mengetahui karakteristik pelanggan secara umum agar dapat memberikan produk pada konsumen yang baik dan layak, sehingga konsumen bisa merasa puas dan tidak kecewa ketika membeli produk tersebut (Widayatma & Lestari, 2018).

Dalam proses bisnis, kualitas produk menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan. Kualitas produk mempunyai efek langsung terhadap kinerja produk atau jasa, maka dari itu kualitas memiliki hubungan yang erat dengan nilai dari pelanggan (Kotler dan Amstrong, 2005). Dengan kata lain, kualitas produk diukur dari sejauh mana produk tersebut dapat memuaskan pelanggannya. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Produk yang memiliki kualitas yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen karena semakin berkualitas suatu produk tersebut akan meningkatkan frekuensi pembelian terhadap produk.

Harga adalah faktor lain yang perlu diperhatikan. Harga adalah jumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah uang yang ditukar konsumen untuk memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut. Dengan demikian, harga mempunyai peranan penting dalam mempertimbangkan pembelian karena harga yang diterima harus sebanding dengan kualitas produk sehingga pelanggan bisa merasa puas (Kotler & Amstrong, 2008).

Kepuasan konsumen adalah sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah konsumen memperoleh atau menggunakannya. Kepuasan adalah suatu evaluasi terhadap suatu produk yang melekat pada suatu perusahaan produk dan atau pengalaman mengkonsumsi. Jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merek, maka konsumen cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan tentang produk tersebut. Kepuasan konsumen juga menjadi tolak ukur keberhasilan yang juga berdampak pada tingkat penjualan. Kepuasan konsumen akan mengarah pada munculnya loyalitas pelanggan. Dari pengalaman mengkonsumsi tersebut yang mampu membuat sikap positif terhadap konsumen yang akan menimbulkan rasa puas terhadap produk dan akan membangun kepercayaan terhadap satu merek. Dari hal tersebut muncul sikap loyalitas konsumen atau bisa kita sebut sebagai

kesetiaan terhadap merek (Mowen and Minor (2002) dalam (Muhammad & Siti, 2015).

Loyalitas ini diambil tanpa paksaan, tetapi muncul dari kesadaran diri masa lalu. Upaya menciptakan kepuasan konsumen lebih besar pengaruhnya terhadap sikap konsumen. Konsep loyalitas konsumen lebih menjelaskan tentang perilaku pembeli. Komitmen yang terkait dengan pembelian berulang adalah keadaan di mana konsumen tidak ingin berubah, bahkan jika produk atau layanan tersebut langka di pasar dan konsumen secara sukarela merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada teman, keluarga, atau konsumen lainnya. (Widayatma & Lestari, 2018).

Kelompok tani secara tidak langsung dapat digunakan sebagai upaya peningkatan produktivitas pertanian melalui pengelolaan usahatani secara bersamaan seperti pemasaran produk. Salah satu kelompok tani sebagai pemasar produk untuk mengembangkan usaha adalah Gapoktan Sidomulyo. Kios Gapoktan Sidomulyo merupakan tempat penjualan produk beras organik berada di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.

Gapoktan Sidomulyo termasuk salah satu gabungan kelompok tani yang telah mendapatkan sertifikat LDPM (Sertifikat Provinsi Lembaga Distribusi). Gapoktan Sidomulyo memiliki komoditas unggulan yakni beras organik. Produk beras organik memiliki banyak variasi diantaranya beras organik premium, beras merah dan beras hitam. Nama merk dagang untuk beras organik di Gapoktan Sidomulyo itu sendiri yakni Super Sidomulyo dan RHT. Salah satu kemasan yang digunakan pada beras organik kini sudah menerapkan teknologi yang canggih yakni dengan menggunakan teknik vakum.

Tabel 1. Penjualan Beras Organik per Bulan Tahun 2022 di Kios Gapoktan Sidomulyo

Bulan	Penjualan (Rp)
Agustus	82.763.000
September	84.418.260
Oktober	86.525.500
November	85.660.500
Desember	77.094.450
Jumlah	416.461.710

Sumber : data diolah 2022

Berdasarkan tabel 1 dapat dijelaskan bahwa penjualan beras organik di kios Gapoktan Sidomulyo dari 5 bulan terakhir mengalami kenaikan paling tinggi sebesar Rp 86.525.500,00 di bulan Oktober. Sedangkan pada bulan Desember mengalami penurunan sebesar Rp 77.094.450,00. Dari data penjualan tersebut dapat diketahui bahwa penjualan beras organik di Kios Gapoktan Sidomulyo mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena adanya kenaikan harga pada beras organik tersebut. Selain itu bertambahnya jumlah pedagang besar yang menjual beras organik yang memiliki kualitas dan pemasaran yang baik juga menyebabkan munculnya persaingan penjualan produk serupa, sehingga Gapoktan Sidomulyo harus lebih memperhatikan aspek yang dapat mempertahankan loyalitas pembeli beras organik ditengah banyaknya persaingan di pasaran.

Berdasarkan latar belakang diatas, apakah kualitas produk dan harga yang dimiliki oleh Kios Gapoktan Sidomulyo berpengaruh terhadap loyalitas konsumen? Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Produk Beras Organik Super Sidomulyo Kabupaten Sleman”.

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan kualitas produk, harga, dan loyalitas konsumen produk beras organik Super Sidomulyo Kabupaten Sleman.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen produk beras organik Super Sidomulyo Kabupaten Sleman.

C. Kegunaan Penelitian

1. Sebagai sumber informasi dan diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pelaku bisnis beras organik terkait pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen, sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengembangkan usahanya dan dapat mengetahui keinginan konsumen.
2. Sebagai informasi bagi pihak lain dan bahan referensi penelitian selanjutnya tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen.