

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris, yang artinya sektor pertanian memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang hidup atau bekerja dalam sektor pertanian atau dari produk nasional yang berasal dari sektor pertanian.

Pertanian dalam arti luas terdiri dari enam sektor, yaitu tanaman pangan, tanaman hortikultura, perkebunan, peternakan, perikanan dan kehutanan. Keenam sektor pertanian tersebut bila ditangani dengan serius sebenarnya akan mampu memberikan sumbangan yang besar bagi perkembangan perekonomian Indonesia mendatang. Salah satu cara penanganannya yaitu dengan berorientasi pada bisnis pertanian atau agribisnis (Latifa, 2015).

Bisnis pertanian tanaman hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang memegang peranan penting dalam perekonomian. Salah satu komoditas hortikultura yang mempunyai nilai ekonomis tinggi dan memegang peranan penting bagi pembangunan pertanian adalah buah-buahan. Komoditas hortikultura buah-buahan, mempunyai prospek sangat baik apabila dikembangkan secara intensif (Zulkarnain, 2009).

Buah-buahan merupakan tanaman pangan yang mengandung banyak vitamin, serat dan mineral jika dikonsumsi akan berdampak baik bagi kesehatan. Buah memiliki beragam macam jenis yang memiliki perbedaan kandungan vitamin dan masing-masing buah memiliki peranan penting yang

baik untuk menjaga kesehatan. Buah-buahan semakin digemari oleh kalangan masyarakat untuk dikonsumsi karena masyarakat pada umumnya memiliki kebiasaan tersendiri dalam mengonsumsi buah-buahan, baik buah lokal maupun buah impor sesuai dengan kesukaan, kebiasaan dan kebutuhan.

Konsumsi buah sangat baik untuk kesehatan karena memiliki nutrisi gizi tinggi yang baik untuk tubuh dan pengonsumsi banyak dilakukan terutama oleh kalangan masyarakat yang sedang menjalani hidup sehat. Peningkatan jumlah konsumsi buah-buahan diperkirakan akan terus bertambah setiap tahunnya seiring bertambahnya jumlah penduduk (Badan Pusat Statistik, 2017). Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1 mengenai seberapa banyak jenis buah-buahan yang telah dikonsumsi di Indonesia ditahun 2015 dan 2016.

Tabel 1. Total konsumsi buah tahun 2015 & 2016.

Nama Buah	Total konsumsi nasional (dalam juta kg)		Persentase kenaikan
	2015	2016	
Jeruk	835.48	928.41	10%
Mangga	80.65	88.04	8%
Apel	183.69	262.83	30%
Salak	331.2	436.93	24%
Pepaya	572.43	734.45	22%
Semangka	460.3	580.12	21%
Rambutan	1129.31	1213.67	7%
Pisang	1535.45	1519.93	-1%

Sumber : BPS Survey Sosial Ekonomi Nasional 2015-2016.

Pada tabel 1 diatas menjelaskan bahwa konsumsi masyarakat Indonesia terhadap buah-buahan segar mengalami peningkatan. Dapat dilihat dari komoditi buah jeruk, mangga, apel, salak, pepaya, semangka dan rambutan di tahun 2015 dan 2016. Total konsumsi yang mengalami kenaikan tertinggi pada komoditi apel dengan persentase 30% dan kenaikan terendah pada

komoditi rambutan yaitu dengan persentase 7%. Buah yang mengalami penurunan pada buah pisang yaitu dengan persentase -1%, namun tingkat konsumsinya lebih tinggi di bandingkan dengan buah yang lainnya.

Tingkat konsumsi buah di setiap tahun mengalami peningkatan, sehingga banyaknya penjual- penjual buah yang dapat ditemukan diberbagai tempat seperti di pinggir jalan, pasar tradisional, pasar modern, online dan tempat lainnya. Banyaknya penjual buah diberbagai tempat tersebut memiliki tujuan yang sama yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat untuk membeli dan mengkonsumsi buah segar. Banyaknya pembeli atau konsumen buah sehingga menimbulkan banyak pula penjual buah segar. Penjual buah harus memberikan kualitas produk, harga, promosi, kualitas tempat dan pelayanan yang baik agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Hal ini terjadi diberbagai toko buah disetiap wilayah, salah satunya ialah pada toko buah “Frutamart” Ambarketawang Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman.

Toko buah “Frutamart” terletak di pinggir jalan sebelah utara gerbang Pasar Sayur dan Buah Gamping, yang tepatnya di jalan Patukan, Kelurahan Ambarketawang, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Banyak pesaing penjual buah disekitar toko seperti toko “Arini Buah”, toko buah “Rocky Fresh”, Kios buah “Agro”, kios buah “Pulung” yang menjual buah melon, pisang emas, alpukat, dan berbagai grosir buah lainnya disekitar pasar buah gamping, maka menimbulkan daya saing dalam penjualan.

Toko buah “Frutamart” berdiri pada tahun 2017, toko tersebut menyediakan buah sebagai produk utamanya. Buah yang dijual adalah buah

lokal dan buah impor dengan bermacam-macam jenis dan lebih bervariasi dibandingkan toko buah sekitar. Konsumen yang membeli buah di toko tersebut dari bermacam-macam kalangan. Promosi telah dilakukan oleh toko tersebut seperti di media sosial yaitu *instagram* dan promosi penjualan. Toko tersebut mempunyai beberapa orang karyawan untuk membantu dan melayani konsumen dalam melakukan pembelian buah.

Mendirikan suatu perusahaan bukanlah merupakan hal yang mudah, namun memelihara dan mengembangkan perusahaan yang sudah didirikan tersebut merupakan suatu pekerjaan yang jauh lebih banyak tantangannya. Masalah-masalah akan selalu muncul baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Dengan demikian, para pengusaha dituntut untuk menentukan strategi pemasaran yang akan digunakan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat ini. Tindakan yang baik yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah menggunakan umpan balik dari konsumen. Setiap konsumen menghendaki kepuasan maksimal dari setiap kinerja suatu produk. Oleh karena itu konsumen harus dipuaskan, jika tidak ini akan berdampak buruk bagi usaha itu sendiri.

Menurut Kotler (2012) ada beberapa indikator yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, harga, pelayanan, promosi dan tempat. kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Harga juga merupakan faktor penting dalam kepuasan konsumen. Penentuan harga

sebaiknya sesuai dengan kualitas produk. Faktor tempat juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Promosi merupakan faktor yang penting dalam kepuasan konsumen, di era zaman sekarang promosi banyak digunakan oleh kebanyakan perusahaan. Tempat yang bersih dan memberikan kenyamanan kepada konsumen akan memberikan kepuasan dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Begitu juga dengan faktor pelayanan, usaha yang bergerak dibidang agribisnis sangat penting memuaskan konsumen dari segi pelayanan. Maka perusahaan harus berusaha untuk memaksimalkan pelayanan terhadap pelanggan (Aryani & Rosinta, 2010).

Bisnis menjual buah segar semakin berkembang sehingga menyebabkan meningkatnya persaingan dalam penjualan. Sebagai salah satu toko yang menjual buah segar, Frutamart harus memiliki keunggulan agar mampu bersaing, bertahan dan memenangkan persaingan. Salah satu cara untuk mencapai keunggulan tersebut adalah mengetahui kepuasan konsumen dalam membeli buah di toko tersebut. Toko buah “Frutamart” merupakan toko yang banyak dikunjungi oleh konsumen, namun belum diketahui profil konsumennya sehingga menarik bagi peneliti untuk mengetahui profil konsumen yang berbelanja di toko tersebut.

B. Tujuan

1. Mendeskripsikan profil konsumen yang membeli buah segar di toko buah “Frutamart” Ambarketawang.
2. Menganalisis kepuasan konsumen dalam membeli buah segar di toko buah “Frutamart” Ambarketawang.

C. Kegunaan Penelitian

1. Mengasah kemampuan penulis dalam menganalisis dan mengidentifikasi masalah berdasarkan kejadian nyata dilapangan dengan data yang tersedia yang disesuaikan dengan pengetahuan yang diperoleh selama masa kuliah.
2. Bagi pemilik Toko buah “Frutamart” Ambarketawang, sebagai referensi terhadap kepuasan konsumen buah segar sehingga dapat mengetahui keinginan konsumen.
3. Bagi pembaca, diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi mengenai karakteristik konsumen, kepuasan konsumen dalam pembelian buah segar serta bahan referensi penelitian selanjutnya.

