

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang berperan dan berpengaruh besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sektor pertanian terdiri dari beberapa sektor yaitu tanaman pangan, hortikultura, kehutanan, perkebunan, peternakan dan perikanan. Hortikultura merupakan subsektor yang memiliki keunggulan nilai jual yang tinggi, sehingga usaha agribisnis hortikultura dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani karena memiliki keunggulan berupa nilai jual tinggi, keragaman jenis, ketersediaan sumber daya lahan dan teknologi, serta potensi serapan pasar didalam negeri dan internasional yang terus meningkat (Ditjen Hortikultura, 2013).

Buah merupakan salah satu tanaman hortikultura yang memegang peran penting dalam meningkatkan mutu gizi makanan sehari-hari yang dibutuhkan oleh setiap orang. Buah mengandung banyak vitamin serta mineral yang merupakan komponen gizi yang penting bagi tubuh setiap manusia. Selain itu, buah merupakan sumber serat (*fibre*) yang sangat berguna bagi pencernaan makanan dalam tubuh manusia Pratama & Madiawati (2023). Oleh karena itu, buah merupakan salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh masyarakat sebab memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh. Berikut data rata-rata pengeluaran konsumsi buah-buahan per Kapita, tahun 2016-2020.

Tabel 1. Rata-rata pengeluaran Konsumsi Buah-buahan per Kapita di Indonesia (2016-2020)

Tahun	Pengeluaran (Rp)
2016	19.268
2017	22.850
2018	28.486
2019	27.444
2020	30.116

Sumber: (Rizaty, 2022)

Dari data di atas dapat dilihat bahwa rata-rata pengeluaran untuk konsumsi buah-buahan terjadi peningkatan pada tiap tahunnya. Peningkatan tersebut terjadi karena masyarakat mulai sadar akan pentingnya mengkonsumsi buah-buahan

untuk memenuhi gizi yang dibutuhkan oleh tubuh sehingga dapat menekan berbagai resiko penyakit. Salah satu buah yang dapat memenuhi gizi yang dibutuhkan yaitu buah srikaya. Buah srikaya mengandung protein, energi, lemak, karbohidrat, fosfor, zat besi, vitamin C, vitamin A, dan vitamin B (Sunarjono, 2015).

Buah srikaya atau *Annona squamosa* adalah buah tropis yang banyak ditemukan di Indonesia. Buah ini memiliki kulit tebal di bagian luar dan berwarna hijau. Sedangkan bagian dalam dagingnya berwarna putih. Tekstur daging buah srikaya kenyal dan rasanya manis, mirip dengan nanas dan pisang.

Hingga kini, konsumsi srikaya oleh masyarakat Indonesia masih belum umum, terutama karena kesulitan dalam mengonsumsinya. Ini terjadi sebagian karena ukuran buah srikaya lokal yang cenderung kecil, serta adanya biji dalam jumlah banyak yang rumit untuk dihilangkan dari bagian buah yang bisa dimakan. Akan tetapi, kendala tersebut kini telah teratasi dengan munculnya varietas srikaya Jumbo dari Australia, yang menawarkan berbagai kelebihan dibandingkan dengan srikaya lokal. (Hidayat dkk., 2022)

Keunggulan yang dimiliki oleh srikaya jumbo antara lain ukuran buahnya lebih besar dibandingkan srikaya lokal (srikaya lokal mempunyai bobot 100-200 gram/buah, sedangkan bobot buah srikaya jumbo bisa mencapai 800 gram/buah), daging buah cukup tebal lembut dan tidak berserat, jumlah biji sedikit (7-10 biji/buah) dan mempunyai rasa yang lebih manis dibandingkan srikaya lokal.

Dengan adanya varietas baru tersebut mendorong petani untuk mengembangkan atau menanam buah srikaya jumbo. Daerah-daerah yang mengembangkan srikaya jumbo meliputi, Gunung Kidul, Sumenep, dan Sleman (Pradana, 2021).

Pesatnya perkembangan bisnis buah srikaya jumbo di daerah-daerah yang mengembangkannya yaitu Gunung Kidul (81.366 pohon) Sumenep (81.312 pohon) dan Sleman (5.531 pohon) Hidayat dkk., (2022) Pastinya, hal ini

memiliki dampak signifikan terhadap tingkat persaingan. Untuk dapat bertahan dalam kompetisi, salah satu strategi yang bisa diterapkan oleh pelaku bisnis adalah dengan menghasilkan kepuasan bagi konsumennya. Kepuasan konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen. Menurut Handoyo (2013) menyebutkan bahwa perilaku konsumen bersifat dinamis artinya konsumen selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Oleh karena itu, studi tentang kepuasan konsumen perlu dilakukan secara terus-menerus. Menurut Schnaars dalam Pratiwi (2010), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas.

Sabila Farm merupakan salah satu perusahaan hortikultura yang berada di Sleman Yogyakarta yang didirikan pada tahun 2005. Nama perusahaan Sabila Farm ini diambil dari anak bungsu bapak Gun yaitu “Sabila” yang memiliki arti Sarana Belajar Ilmu Allah. Sabila Farm memiliki luas lahan sekitar 4 hektar, dimana ditanami berbagai macam komoditas buah-buahan. Komoditas yang dibudidayakan salah satunya srikaya jumbo. Srikaya jumbo merupakan jenis buah yang belum banyak dibudidayakan, akan tetapi buah ini memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di pasaran. Sehingga Sabila Farm mengembangkan komoditas srikaya jumbo di perusahaannya.

Produk buah srikaya jumbo Sabila Farm memiliki kualitas yang bagus dikarenakan dalam budidayanya menggunakan pupuk kompos dan kandang serta memiliki harga yang terbilang cukup mahal tetapi sesuai dengan kualitas yang diberikan yaitu Rp. 30.000/kg. Untuk pemasaran buah srikaya jumbo Sabila Farm dijual secara langsung kepada konsumen. ketika panen tiba pihak Sabila Farm akan memposting hasil panennya di instagram dan *whatsapp* sebagai promosi untuk menarik konsumennya. Para konsumen bisa langsung mendatangi Sabila Farm untuk membeli, jika konsumen tidak bisa datang ke Sabila Farm pihak Sabila Farm memfasilitasi dengan *delivery* order baik dalam kota maupun luar kota. Sabila Farm juga menjual produknya di pasar tani yang terletak di Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Daerah Istimewa Yogyakarta

yang ramai dikunjungi oleh pembeli. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pihak Sabila Farm rata-rata pembeli perminggu berkisar 10-20 pembeli.

Masalah yang sering dihadapi Sabila Farm yaitu bagaimana cara mempertahankan konsumennya agar tetap membeli buah srikaya jumbo di saat persaingan produk yang sejenis semakin banyak. Oleh sebab itu Sabila Farm harus melakukan suatu upaya agar konsumen tetap loyal dengan cara mengidentifikasi segala hal yang berkaitan dengan kepuasan konsumen baik terhadap penjualan buah srikaya jumbo maupun terhadap pelayanan yang diberikan. Berdasarkan uraian tersebut peneliti ingin menganalisis bagaimana kepuasan konsumen terhadap produk buah srikaya jumbo di UD Sabila Farm Kabupaten Sleman.

B. Tujuan

1. Mengetahui karakteristik konsumen buah srikaya jumbo di UD Sabila Farm
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk buah srikaya jumbo di UD Sabila Farm

C. Kegunaan

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat membantu UD Sabila Farm untuk meningkatkan kualitas produk dan harga buah srikaya jumbo yang sesuai dengan keinginan konsumen.

2. Bagi penulis

Sebagai bahan penambah wawasan dalam melakukan penelitian yang menjadi pertimbangan pembelajaran dan menerapkan teori-teori yang selama didapatkan penulis selama perkuliahan, untuk diaplikasikan ke dalam dunia kerja.

3. Bagi peneliti

Dapat digunakan bagi peneliti lain, serta dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dalam penyusunan penelitian selanjutnya.