

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor utama di Indonesia mengingat negara Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian di sektor pertanian. Pada tahun 2021 sektor pertanian di Indonesia menduduki posisi pertama sebagai lapangan pekerjaan terbanyak bagi penduduk yang bekerja, yaitu sebesar 37,1 juta penduduk bekerja di sektor pertanian (Lampiran 1). Selain itu, Indonesia yang merupakan negara tropis memiliki kondisi lahan dan iklim yang potensial untuk mengembangkan usaha pertanian.

Sektor pertanian memiliki peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Salah satu subsektor pertanian yang berperan penting adalah subsektor hortikultura. Sumbangan subsektor hortikultura terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2018 kontribusi subsektor hortikultura terhadap PDB mencapai Rp. 218.713 Miliar dan terus meningkat, hingga pada tahun 2021 mencapai Rp. 262.548 Miliar (Lampiran 2). Hal ini mengindikasikan besarnya peranan subsektor hortikultura dalam memacu pertumbuhan ekonomi nasional (Wati, 2018:1).

Buah merupakan salah satu komoditas hortikultura. Buah mengandung mineral, serat, dan vitamin yang dibutuhkan oleh tubuh dan baik untuk dikonsumsi. Dalam mengonsumsi buah, buah justru lebih baik dikonsumsi dalam bentuk segar. Buah yang dikonsumsi dalam bentuk olahan (misalnya dijadikan jus atau dalam bentuk minuman kemasan) dapat mengurangi kadar serat dan vitamin yang terkandung dalam buah, oleh sebab itu buah lebih baik dikonsumsi dalam bentuk segar agar kandungan gizi dalam buah dapat diserap sepenuhnya oleh tubuh (Santosa, *et al.*, 2014:3).

Adanya pandemi COVID-19 di Indonesia menimbulkan peningkatan kesadaran untuk menjaga imun tubuh. Imun tubuh dapat ditingkatkan salah satunya dengan mengonsumsi vitamin C. Salah satu buah yang dikenal kaya akan vitamin C yang tinggi adalah buah jeruk. Buah jeruk mengandung 40-70 mg vitamin C per 100 ml, tergantung pada

jenisnya (Pracaya *dalam* Prihantari, 2018:5). Saat ini jeruk menempati konsumsi buah terbanyak kedua di Indonesia setelah pisang (Kautsar, 2021:1).

Sumatera Barat merupakan salah satu daerah penghasil buah jeruk. Produksi buah jeruk di Sumatera Barat cenderung meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2018 produksi buah jeruk di Sumatera Barat sebesar 102.462 ton dan terus meningkat, hingga pada tahun 2020 mencapai 145.033 ton. Namun, pada tahun 2021 produksi buah jeruk menurun menjadi 140.514 ton (Lampiran 3).

Buah jeruk yang dihasilkan Sumatera Barat adalah jenis keprok, dan jenis siam yang paling banyak dibudidayakan. Jeruk siam merupakan jenis jeruk yang paling banyak dibudidayakan sekitar 80-85% produksi jeruk di Indonesia adalah jeruk siam (Zamzami *dalam* Ramadani, 2018:2). Jeruk siam paling banyak dipilih untuk dikembangkan karena perawatannya yang relatif murah, hasilnya banyak, serta populer di masyarakat dan masih mendominasi pasar nasional sebagai buah segar (Siregar, 2019:4). Buah jeruk yang dihasilkan Sumatera Barat tersebut, diantaranya jeruk siam gunung omeh dari 50 Kota, jeruk siam pasaman dari Pasaman, jeruk kamang dari Agam, jeruk ketaping dari Padang Pariaman, dan jeruk keprok kacang solok dari Solok (Balai Pertanian Tanaman Pangan Sumatera Barat *dalam* Siregar, 2019:4).

Konsumen merupakan elemen penting dalam pemasaran suatu produk dan para pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan rasa puas kepada konsumen terhadap pembelian produknya. Kepuasan konsumen adalah harapan konsumen yang telah terpenuhi setelah adanya penilaian terhadap produk yang dikonsumsi. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan apabila kepuasan berlanjut dapat mendorong terbentuknya loyalitas atau kesetiaan konsumen terhadap produk. Sebaliknya, perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen menghentikan konsumsi dan pembelian, hal ini dapat menyebabkan penurunan penjualan (Sumarwan, 2017:387).

Pada hakikatnya, kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang untuk membangun reputasi dan mempertahankan kelangsungan hidup usaha dalam jangka panjang dan berkelanjutan (Tjiptono dan Anastasia, 2019:109). Kepuasan konsumen dapat menjadi tolak ukur atas tindakan dan keputusan apa yang diambil oleh suatu usaha kedepannya.

Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap suatu atribut maka diperlukan melakukan perbaikan dan peningkatan untuk berupaya memberikan kualitas terbaik kepada konsumen. Sebaliknya, apabila konsumen telah merasa puas terhadap suatu atribut maka pertahankan performa atau kinerjanya.

B. Rumusan Masalah

Keberadaan berbagai pusat perbelanjaan merupakan salah satu bentuk perkembangan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan. Perkembangan ini dapat dilihat dari kehadiran pasar modern yang perlahan mulai menggeser posisi pasar tradisional. Pasar modern menawarkan berbagai macam kelebihan, seperti jenis produk yang tertera jelas, pencantuman harga pasti, kemudahan dalam pilihan transaksi pembayaran, suasana yang nyaman, serta terkadang adanya promo-promo menarik. Hal ini menyebabkan sebagian masyarakat mulai beralih berbelanja kebutuhan ke pasar modern.

Pasar modern adalah pasar dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *hypermarket*, *department store*, dan grosir yang berbentuk perkulakan (Permendagri nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern). Kota Padang merupakan Ibukota dari Provinsi Sumatera Barat yang menjadikan Kota Padang sebagai pasar potensial pendistribusian produk, termasuk produk buah-buahan. Terdapat berbagai pasar modern yang memasarkan buah-buahan di Kota Padang, diantaranya Budiman Swalayan (Lampiran 4).

Budiman Swalayan merupakan salah satu supermarket yang ada di Kota Padang dimana saat ini sudah ada sembilan cabang Budiman Swalayan yang tersebar di Kota Padang (Lampiran 5). Budiman Swalayan dengan slogannya “pilihan tepat, belanja keluarga” ini menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok, makanan ringan, minuman kemasan, peralatan rumah tangga, serta produk sayuran dan buah-buahan, termasuk buah jeruk. Salah satu buah jeruk yang dapat ditemui di Budiman Swalayan adalah buah jeruk siam gunung omeh.

Jeruk siam gunung omeh (dikenal juga dengan Jesigo) berasal dari Kabupaten 50 Kota Kecamatan Gunung Omeh Provinsi Sumatera Barat. Buah jeruk gunung omeh meskipun tergolong jeruk siam, namun jeruk ini memiliki warna kulit oranye karena ditanam di dataran tinggi. Rasa jeruk ini tergolong manis dengan ukuran yang relatif besar dibandingkan jeruk siam pada umumnya (Balitbang *dalam* Fadillah, 2019:1).

Buah jeruk yang tersedia di Budiman Swalayan bukan hanya buah jeruk siam gunung omeh saja, tetapi juga dapat dijumpai buah jeruk lokal dari luar Sumatera Barat, yaitu jeruk gerga kerinci dan jeruk brastagi medan, serta buah jeruk impor (Lampiran 5). Beragamnya buah jeruk yang dipasarkan di Budiman Swalayan membuat konsumen dihadapkan pada bermacam pilihan. Untuk mempertahankan konsumen buah jeruk siam gunung omeh maka perlunya memberikan kepuasan kepada konsumen.

Menurut Kotler *dalam* Yuniarti (2015:238), apabila konsumen merasa puas, pertama dapat mendorong terjadinya pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen. Kedua, produk akan menjadi pertimbangan utama ketika konsumen melihat produk lain sebab konsumen yang memiliki loyalitas tinggi tidak mudah terpengaruh pada produk lain. Ketiga, adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, yaitu merekomendasikan produk ke orang lain, sehingga hal ini dapat menarik konsumen baru.

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Buah Jeruk Siam Gunung Omeh pada Budiman Swalayan di Kota Padang**” dan dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen buah jeruk siam gunung omeh pada Budiman Swalayan di Kota Padang?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian buah jeruk siam gunung omeh pada Budiman Swalayan di Kota Padang?

C. Tujuan Penelitian

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, maka dapat dijabarkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen buah jeruk siam gunung omeh pada Budiman Swalayan di Kota Padang.
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian buah jeruk siam gunung omeh pada Budiman Swalayan di Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah wawasan khususnya mengenai penelitian kepuasan konsumen dan dapat menjadi sumber referensi bagi mahasiswa dengan penelitian sejenis.
2. Bagi Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis lebih jauh khususnya mengenai penelitian kepuasan konsumen.
3. Bagi Petani Pemasok selaku Produsen Buah Jeruk Siam Gunung Omeh
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi petani pemasok Budiman Swalayan selaku produsen buah jeruk siam gunung omeh terhadap atribut pada variabel produk yang perlu diperhatikan berdasarkan harapan konsumen.
4. Bagi Budiman Swalayan selaku Pemasar Buah Jeruk Siam Gunung Omeh
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi Budiman Swalayan selaku pasar modern yang memasarkan buah jeruk siam gunung omeh terhadap atribut pada variabel harga, tempat, dan promosi yang perlu diperhatikan berdasarkan harapan konsumen.