

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia adalah negeri kaya raya dengan ribuan kepulauan dan lautan yang membentang luas. Negeri ini juga menjadi salah satu negara tropis di kawasan Asia Tenggara. Salah satu kekayaan yang dimiliki Indonesia adalah beragamnya jenis buah-buahan yang dapat ditemukan sepanjang kepulauan. Belakangan ini, potensi pasar untuk buah-buahan baik asing maupun domestik meningkat seiring dengan berkembangnya industri pariwisata, industri pengolahan hasil pertanian, juga meningkatnya kesadaran masyarakat untuk hidup sehat (Muzdalifah, 2012).

Indonesia dengan jumlah penduduk yang cukup besar merupakan pasar yang sangat potensial untuk berbagai jenis kelompok barang makanan, yang secara tidak langsung berdampak pada peningkatan permintaan pasar akan buah-buahan untuk dikonsumsi. Kecenderungan konsumen dalam memilih buah bermutu dan aman untuk dikonsumsi sudah semakin tinggi. Hal ini sangat didukung oleh semakin tingginya keinginan konsumen untuk mengonsumsi buah segar.

Pertanian merupakan sektor yang berperan dan berpengaruh besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sektor pertanian terdiri dari beberapa subsektor yaitu tanaman pangan dan hortikultura, kehutanan, perkebunan, peternakan dan perikanan. Hortikultura merupakan subsektor yang memiliki potensi cukup besar untuk dikembangkan. Komoditas hortikultura mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, sehingga usaha agribisnis hortikultura dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani karena memiliki keunggulan berupa nilai jual yang tinggi, keragaman jenis, ketersediaan sumberdaya lahan dan teknologi,

serta potensi serapan pasar di dalam negeri dan internasional yang terus meningkat (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2013).

Menurut Al Ashari (2022), keanekaragaman jenis buah-buahan dan keunggulan habitat tumbuh tanaman menempatkan Indonesia lebih baik posisinya dibandingkan negara lain. Iklim yang sedemikian rupa telah menjadikan Indonesia surga bagi ketersediaan berbagai jenis buah tropis. Hal ini menyebabkan Indonesia dijuluki sebagai *tropical fruit paradise*. Beraneka ragam buah yang tersedia di pasar memberikan banyak pilihan bagi konsumen, disesuaikan dengan daya beli dan selera masing-masing. Meningkatkan konsumsi buah-buahan, sebagai suatu bagian dari pola makan yang berdasarkan pada prinsip *back to nature* yaitu gaya hidup yang sedapat mungkin memanfaatkan bahan-bahan segar alami dalam kehidupan sehari-hari.

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 penting bagi tubuh setiap manusia. Selain itu, buah merupakan sumber serat (*fibre*) yang sangat berguna bagi pencernaan makanan dalam tubuh manusia. Oleh karena itu, buah merupakan salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi bagi kesehatan tubuh. Saat ini buah sudah menjadi komoditas perdagangan internasional yang tanpa batas.

Buah-buahan merupakan salah satu produk pertanian yang banyak dipilih oleh konsumen karena mempunyai nilai ekonomis tinggi dan memegang peranan penting bagi pembangunan pertanian. Permintaan akan buah-buahan semakin lama

semakin meningkat khususnya di daerah perkotaan. Berkembangnya komoditas buah-buahan di Indonesia hingga saat ini dapat dilihat dari konsumsi buah-buahan per kapita yang meningkat setiap tahunnya (Widiyanto, 2016).

Buah-buahan merupakan salah satu komoditas yang memiliki peranan dalam pemenuhan mutu gizi masyarakat. Mengonsumsi buah-buahan, konsumen memperoleh kandungan vitamin, mineral dan serat yang merupakan komponen gizi penting bagi tubuh setiap manusia. Jenis buah-buahan yang memiliki prospek cerah untuk dikembangkan di Indonesia terbagi menjadi 3 kelompok, yaitu : kelompok mangga, jeruk, rambutan dan pisang; kelompok durian, manggis, salak, nangka dan nenas; dan kelompok apel, anggur, pepaya, duku dan melon (Widiyanto, 2016).

Perkembangan dunia usaha saat ini berjalan dengan pesat, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini yang menuntut produsen untuk lebih peka, kritis dan kreatif terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya, dan ekonomi. Salah satu dampak dari pesatnya dunia usaha saat ini adalah pelaku usaha saling bersaing untuk mendapatkan pasar. Fenomena persaingan yang ada telah membuat para pengusaha menyadari suatu kebutuhan untuk mengeksplorasi sepenuhnya aset-aset mereka demi memaksimalkan kinerja perusahaan dan mengembangkan keuntungan kompetitif. Secara umum dapat dikatakan bahwa pemasaran sebagai pola pikir yang menyadari bahwa suatu perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Suatu barang atau jasa yang diproduksi perusahaan kepada konsumen dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain, ketika perusahaan tersebut dapat memasarkan

barang atau jasa tersebut dan konsumen dapat memutuskan untuk membeli barang atau jasanya (Kotler, 2009).

Strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian yang dilakukan pelanggan melibatkan keyakinan pelanggan pada suatu produk sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang diambil. Rasa percaya diri pelanggan atas keputusan pembelian yang diambilnya mempresentasikan sejauh mana pelanggan memiliki keyakinan diri atas keputusannya memilih suatu produk. Dalam perilaku konsumen banyak ditemukan faktor yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen, faktor-faktor tersebut adalah produk, harga, merek, atribut, promosi, mulut ke mulut (*Word of Mouth/WoM*) dan sebagainya. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen akan suatu produk dapat berasal dari dalam diri konsumen maupun berasal dari luar diri konsumen (Kusumastuti, 2011).

Pesatnya perkembangan bisnis toko buah tentu sangat berpengaruh pada tingkat persaingannya. Salah satu cara agar pelaku bisnis dapat bertahan dalam persaingan adalah menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari selisih antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli (Sumarwan, 2004).

Menurut Pratiwi & Sugiarto (2010), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat salah satunya terciptanya loyalitas pelanggan

terhadap suatu produk tertentu dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth/WoM*), yang menguntungkan bagi perusahaan. Banyaknya macam buah yang beredar di pasaran, dapat membuat masyarakat bebas memilih buah yang diinginkan. Selain itu, buah juga memiliki keunggulan yang dapat menarik minat pembeli. Hal ini akan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengonsumsi buah yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Mengingat pentingnya pencapaian tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen dalam memasarkan buah, maka diperlukan studi untuk mengetahui bagaimana suatu perusahaan meningkatkan kualitas buah dan kualitas pelayanan kepada konsumen, dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap toko buah tersebut.

*Fruits Market* Pengayoman di Kota Makassar merupakan salah satu toko buah segar yang sudah berdiri sejak tahun 2014 yang terletak di Jalan Pengayoman, Kota Makassar. *Fruits Market* Pengayoman, Kota Makassar menyediakan berbagai buah-buahan segar dari penjuru nusantara, mereka juga mendatangkan buah-buahan yang diimpor dari negara-negara pemasok buah yang terkenal seperti dari China, Amerika Serikat dan lain-lain. Buah impor yang dijual beberapa di antaranya adalah buah apel, anggur, jeruk, pir, kelengkeng, dan lain-lain. Mereka juga mengakui bahwa *Fruits Market* mampu bersaing dengan bisnis-bisnis lainnya di area Makassar melalui produk unggulannya tersebut. Namun, penjual buah juga perlu memahami bagaimana sikap konsumen sehingga penjual buah dapat merencanakan atau mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien sehingga omset penjualan meningkat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana respon konsumen terhadap kualitas produk buah pada Toko Fruits Market di Kota Makassar?
2. Bagaimana respon konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Toko Fruits Market di Kota Makassar?
3. Apakah kualitas produk buah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Fruits Market di Kota Makassar?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Fruits Market di Kota Makassar?
5. Apakah kualitas produk buah berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Toko Fruits Market di Kota Makassar?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Toko Fruits Market di Kota Makassar?
7. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Toko Fruits Market di Kota Makassar?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mendeskripsikan respon konsumen terhadap kualitas produk buah pada Toko Fruits Market di Kota Makassar.

2. Mendeskripsikan respon konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Toko Fruits Market di Kota Makassar.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk buah terhadap kepuasan konsumen pada Toko Fruits Market di Kota Makassar.
4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Fruits Market di Kota Makassar.
5. Menganalisis pengaruh kualitas produk buah terhadap loyalitas konsumen pada Toko Fruits Market di Kota Makassar.
6. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Toko Fruits Market di Kota Makassar.
7. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Toko Fruits Market di Kota Makassar.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan, sebagai bahan evaluasi terhadap upaya-upaya yang telah ditempuh perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan penyusunan strategi pemasaran perusahaan untuk meningkatkan kualitas perusahaan yang akan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen di waktu yang akan datang.
2. Bagi peneliti, menambah wawasan dan pengetahuan terutama yang berkaitan dengan topik penelitian dan merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Pertanian di Universitas Muslim Indonesia.