

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Meningkatnya pertumbuhan penduduk menyebabkan kegiatan masyarakat turut meningkat. Tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi dan meningkatnya kegiatan masyarakat akan berdampak pada penyediaan kebutuhan masyarakat termasuk kebutuhan konsumsi pangan. Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu kota dengan jumlah penduduk yang cukup banyak sehingga permintaan akan konsumsi masyarakatnya pun cukup tinggi. Berdasarkan data statistik, diketahui bahwa pertumbuhan penduduk DIY pada tahun 2010-2014 terus meningkat dengan angka pertumbuhan sebagai berikut.

Tabel 1. Pertumbuhan Penduduk DIY Menurut Kabupaten/Kota Tahun 2010-2014

Tahun	Kabupaten/kota					
	Kulonprogo	Bantul	Gunungkidul	Sleman	Yogyakarta	DIY
2010	388.869	911.503	675.382	1.093.110	388.627	3.457.491
2011	393.796	927.846	682.670	1.113.297	392.388	3.509.997
2012	397.639	941.414	688.135	1.130.140	395.134	3.552.462
2013	401.450	955.015	693.523	1.147.037	397.828	3.594.854
2014	405.222	968.632	698.825	1.163.970	400.467	3.637.116

Sumber: Statistik DIY dalam Angka, 2015.

Masyarakat DIY, terutama yang berada di wilayah perkotaan umumnya lebih selektif dalam memilih kebutuhan konsumsi. Hal ini dikarenakan masyarakat semakin sadar akan pentingnya mengkonsumsi produk pangan sehat untuk menekan berbagai resiko penyakit. Sejalan dengan hal tersebut, masyarakat mulai beralih pada produk-produk organik yang lebih menyehatkan.

Sayuran organik merupakan salah satu produk pertanian organik yang banyak dipilih oleh konsumen. Permintaan akan sayuran organik semakin lama semakin meningkat khususnya di daerah perkotaan ditandai dengan bertambahnya luas lahan pertanian organik, dan jumlah produsen organik Indonesia dari tahun ke tahun. Berdasarkan data Statistik Pertanian Organik Indonesia (SPOI) yang diterbitkan oleh Aliansi Organik Indonesia (AOI) 2015, luas area pertanian organik bersertifikat pada 2010 seluas 103.908,09 hektar, meningkat dari 97.351,60 hektar pada 2009. Area tanpa sertifikasi pada 2010 seluas 134.872,24 hektar, meningkat dari 132.764,85 hektar pada 2009. Area dalam proses sertifikasi pada 2010 seluas 1.564,37 hektar, meningkat dari 1.450 hektar pada 2009. Area pertanian organik dengan sertifikasi PAMOR seluas 5,9 hektar, meningkat dari 1,6 hektar (Mayawati, 2015).

Pesatnya perkembangan bisnis sayuran organik tentu sangat berpengaruh pada tingkat persaingannya. Salah satu cara agar pelaku bisnis dapat bertahan dalam persaingan adalah menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen. Rangkuti (2006) 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. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat salah satunya terciptanya loyalitas pelanggan terhadap suatu produk tertentu dan

membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Super Indo Yogyakarta merupakan salah satu pasar modern yang menyediakan berbagai jenis sayuran organik. Selain sayuran organik, Super Indo Yogyakarta juga menjual berbagai jenis sayuran nonorganik. Berdasarkan survei lapangan, didapati beberapa kesamaan antara produk sayuran organik dan nonorganik di Super Indo terutama dalam hal bentuk fisik dan kemasan. Perbedaan antara produk sayuran organik dan nonorganik di Super Indo yang dapat dilihat secara jelas ialah pelabelan dan harga. Sayuran organik, dikemas dengan label organik dan dijual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan sayuran nonorganik. Namun, harga yang tinggi tidak mengurangi antusias konsumen untuk tetap membeli sayuran organik di Super Indo Yogyakarta. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta”.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan sebagaimana telah dipaparkan, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui:

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap sayuran organik di Super Indo Yogyakarta.
2. Faktor-faktor yang berhubungan kepuasan konsumen terhadap sayuran organik di Super Indo Yogyakarta.
3. Tingkat loyalitas konsumen terhadap sayuran organik di Super Indo Yogyakarta.

C. Kegunaan Penelitian

1. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat membantu Super Indo Yogyakarta untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap sayuran organik di Super Indo Yogyakarta sehingga memudahkan Super Indo Yogyakarta dalam menetapkan kualitas sayuran organik.
2. Bagi produsen, penelitian ini dapat membantu produsen sayuran organik untuk menetapkan dan meningkatkan kualitas sayuran organik.