

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini kesadaran masyarakat terhadap pola makan yang sehat tercermin dari makin banyaknya pilihan dalam mengonsumsi makanan sehat. Pola perilaku hidup sehat dengan mengonsumsi sayuran kini menjadi tren baru masyarakat. Seiring berjalannya waktu, makanan yang alami, bersih dan baik untuk kesehatan menjadi sangat penting untuk dikonsumsi. Hampir seluruh penduduk Indonesia 97,29 % mengonsumsi Sayur dan 2,71 % tidak mengonsumsi sayuran. Dari data konsumsi sayuran pada tahun 2015 - 2016 mengalami kenaikan, dapat dilihat dari rata-rata konsumsi sayuran perorang seminggu berdasarkan hasil SUSENAS – BPS yakni tahun 2015 konsumsi sayuran perorang seminggu yaitu 0,108 kg/minggu dan kenaikan terjadi ditahun berikutnya yakni 0,110 kg/minggu pada tahun 2016.

Pergeseran pola konsumsi dari tinggi kalori ke tinggi serat terlihat dari tingkat konsumsi sayuran masyarakat Indonesia yang menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Menurut data yang dirilis Kementerian Pertanian dalam Nisa (2016) konsumsi sayuran masyarakat Indonesia dari tahun 2008 hingga 2010 adalah 36,50 kg per kapita per tahun, 40,10 kg per kapita per tahun, dan 41,90 kg per kapita per tahun. Jumlah tersebut menunjukkan adanya peningkatan konsumsi sayur meskipun masih berada dibawah nilai yang ditetapkan oleh FAO yaitu 73 kg per kapita per tahun.

Pada masa sekarang ini kesadaran dan kebutuhan akan perlunya hidup sehat dengan cara mengonsumsi makanan sehat yang diproduksi secara alami tanpa

penggunaan bahan-bahan kimia seperti buah dan sayuran lebih diperhatikan oleh masyarakat. Masyarakat mulai kolektif dalam memilih sayuran yang akan dikonsumsi sehingga harapan untuk mendapatkan manfaat terbaik bagi tubuh dapat terpenuhi. Sebagian sebagian kalangan masyarakat memiliki standar dalam mengkonsumsi makan yang dipilih, salah satunya yaitu bebas pestisida, bahan pengawet, pewarna dan perasa buatan atau disebut organik.

Menurut Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (Balitbangtan) tahun 2002, Sayuran organik merupakan bahan makan yang dikonsumsi oleh manusia karena kesadaran akan mendapatkan manfaat yang terdapat didalamnya. Pertanian organik adalah teknik budidaya pertanian yang mengandalkan bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan-bahan kimia sintetis. Tujuan utama pertanian organik adalah menyediakan produk-produk pertanian, terutama bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumennya serta tidak merusak lingkungan. Menurut berbagai riset, diketahui bahwa sayuran organik memiliki kandungan nutrisi yang lebih baik dibandingkan sayuran non-organik. Sayuran organik memiliki 50 % lebih banyak antioksidan dari pada sayuran non-organik, yang dapat menurunkan risiko penyakit kanker dan jantung. Sayuran organik juga mengandung lebih banyak vitamin dan mineral seperti besi dan zink. Kelebihan lain dari sayuran organik adalah kandungan mineral tinggi, rasa lebih renyah, lebih manis, tahan disimpan dan terhindar dari residu kimia (pestisida dan pupuk kimia) yang dapat menyebabkan penyakit berbahaya seperti kanker sehingga kandungan yang terdapat pada sayuran organik dapat bermanfaat bagi kesehatan manusia (BPTP Jateng, 2013).

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa masyarakat yang timbul setelah membandingkan produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan dan didapatkan menurut Philip Kotler, 2007. Pada dasarnya masyarakat lebih memilih kenyamanan pada saat melakukan pembelian sehingga konsumen lebih rileks dalam memilih bahan makanan yang akan dibeli ataupun dikonsumsi, setelah kebutuhan terpenuhi maka timbul perasaan senang yang disebut dengan kepuasan. Loyalitas tidak dapat dibeli dan tidak mudah untuk mendapatkan loyalitas itu sendiri. Konsumen akan memberikan loyalitas mereka terhadap produk yang mereka beli, sesuai dengan harapan dan juga pelayanan yang mereka inginkan.

Kini tempat yang menyediakan sayuran organik di Yogyakarta semakin banyak, adapun sayuran organik yang banyak tersedia di supermarket adalah merek Tani Organik Merapi (TOM) dan Tani Organik Seraphine (TOS). Salah satu supermarket yang menyediakan sayuran organik di Yogyakarta yaitu Super Indo. Super Indo telah dikenal masyarakat dan menjadi pilihan bagi masyarakat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Kelebihan Super Indo adalah lokasinya yang tersebar di banyak lokasi di Yogyakarta dan kelengkapan yang disediakan didalamnya. Saat ini Super Indo memiliki 8 cabang di Yogyakarta yang semuanya menyediakan sayuran organik sehingga Super Indo banyak dituju oleh konsumen yang menginginkan produk sayuran organik di Yogyakarta. Salah satu cabang Super Indo yaitu Super Indo di Jl. Manukan atau biasa disebut Super Indo Parangtritis yang mana lokasi ini yang akan dijadikan tempat penelitian. Sayuran organik merupakan sayuran yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat namun ketersediaan yang terbatas bila dibandingkan dengan sayuran non-organik dan

harga dari sayuran organik saat ini masih terbilang mahal. Berdasarkan uraian tersebut peneliti ingin menganalisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo. Maka yang menjadi ruang lingkup permasalahan yaitu seberapa besar tingkat kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen sayuran organik di Super Indo Parangtritis.

B. Tujuan Penelitian

Mengacu pada perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai, yaitu untuk :

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen sayuran organik di Super Indo.
2. Mengetahui loyalitas konsumen sayuran organik di Super Indo.
3. Mengetahui hubungan antara tingkat kepuasan dengan loyalitas konsumen sayuran organik di Super Indo.

C. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti, ini sebagai langkah awal dalam menerapkan teori-teori yang didapat pada masa perkuliahan.
2. Memberikan wawasan, pembelajaran serta menjadi bahan bacaan dan kajian referensi bagi peneliti dimasa yang akan datang terkait dengan tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen.
3. Memberikan informasi yang berguna bagi pihak Super Indo dalam peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen sehingga dapat bertahan dan dapat bersaing dengan supermarket-supermarket lainnya.