

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Buah-buahan adalah salah satu tanaman hortikultura yang memegang peranan penting untuk meningkatkan mutu gizi dalam kebutuhan sehari-hari konsumen. Buah mengandung banyak vitamin dan mineral yang merupakan komponen gizi yang bermanfaat untuk kesehatan konsumen. Masyarakat telah menganggap buah-buahan sebagai kebutuhan pokok. Hal tersebut dapat di artikan bahwasannya buah-buahan memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan (Rahadi et al., 1995).

Berikut adalah tabel persentase pengeluaran rata-rata perkapita masyarakat untuk kebutuhan buah-buahan.

Table 1. Persentase Pengeluaran Rata-rata Perkapita Buah-Buahan Sebulan di Indonesia Tahun 2012-2016

| No | Tahun | Persentase Pengeluaran Buah-Buahan (%) |
|----|-------|--|
| 1 | 2012 | 2,44 |
| 2 | 2013 | 2,33 |
| 3 | 2014 | 2,48 |
| 4 | 2015 | 2,32 |
| 5 | 2016 | 2,52 |

Sumber: BPS 2016

Meningkatnya permintaan buah-buahan di Indonesia dapat dilihat dari Tabel 1 diatas yaitu setiap tahunnya terjadi peningkatan persentase pengeluaran rata-rata perkapita dalam mengonsumsi buah-buahan. Selain itu produksi buah-buahan di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan dikarenakan terjadi kenaikan jumlah penduduk dari tahun ke tahun. Perkembangan tersebut dapat dilihat dengan semakin meningkatnya jumlah dan ragam kebutuhan masyarakat, termasuk kebutuhan pangan. Buah-buahan menjadi salah satu jenis bahan

pangan yang sangat dibutuhkan manusia untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas kehidupannya. Dengan demikian akan terjadi peningkatan jumlah konsumsi buah-buahan yang ada di masyarakat.

Perdagangan produk pertanian di bidang horikultura khususnya buah-buahan berkembang pesat seiring dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pada awalnya petani hanya menjual ke pedagang pengumpul, kini petani dapat menjual ke pasar tradisional dan pasar modern dimana konsumen dapat membeli produk pertanian. Selama ini konsumen masih menjadikan pasar tradisional sebagai pilihan utama untuk membeli produk-produk segar seperti buah, kini dengan adanya pasar modern yang juga menawarkan produk segar yang sama menyebabkan persaingan harga serta kualitas produk yang ditawarkan (Sayamar & Kaswita 2013).

Kota Bekasi merupakan salah satu kota besar yang berada di provinsi Jawa Barat dan berbatasan langsung dengan DKI Jakarta yang merupakan pusat pemerintahan Indonesia. Pola hidup masyarakat Kota Bekasi saat ini sudah banyak mengalami perubahan. Pada masyarakat perkotaan seperti di Kota Bekasi pada saat ini banyak yang mengikuti gaya hidup modern dan mengutamakan kenyamanan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. Hal tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya pusat perbelanjaan modern atau supermarket yang ada di Kota Bekasi yang menunjukkan bahwa masyarakat lebih menyukai berbelanja di pasar modern. Hal tersebut juga selaras dengan hasil penelitian dari Haryono (2013) yang setuju bahwa konsumen dipenuhi kebutuhan rumah tangganya karena pada umumnya konsumen menginginkan kebutuhannya disediakan dengan praktis,

cepat, hemat, efisien waktu dan instan dimana dengan barang yang sudah disediakan rapi sehingga konsumen tinggal memilih dan langsung membayar seperti halnya pasar modern tersebut. Pasar modern atau supermarket merupakan tempat perbelanjaan yang menyediakan kebutuhan sehari-hari termasuk buah-buahan yang memberikan banyak pilihan dan kemudahan dalam proses jual belinya. Pasar modern yang berkembang saat ini memberikan banyak pilihan kepada konsumen sebagai tempat berbelanja. Pasar modern kini memiliki penataan ruang yang menarik dan praktis, semua kebutuhan rumah tangga tersedia dan konsumen dapat memilih serta membandingkan barang-barang yang mereka butuhkan dengan bebas.

Salah Satu pasar modern yang hadir di Kota Bekasi yaitu “Total Buah Segar”. “Total Buah Segar” merupakan salah satu pasar modern yang berada di Kota Bekasi yang menyediakan produk pertanian, khususnya buah-buahan segar. “Total Buah Segar” ini merupakan toko buah baru yang berdiri pada 20 November tahun 2017 di Summarecon Kota Bekasi yang merupakan kawasan elit yang menjadi pusat hiburan untuk warga Kota Bekasi. Ketersediaan buah-buahan segar yang ditawarkan di “Total Buah Segar” terdiri dari buah lokal dan buah impor dengan jenis yang beragam. Buah-buahan yang dijual di “Total Buah Segar” berbeda dengan yang dijual di pasar tradisional dan pasar modern lainnya karena beberapa jenis buah-buahan yang dijual di “Total Buah Segar” tidak dijual di tempat lain. Buah-buahan impor yang ditawarkan di “Total Buah Segar” seperti buah anggur, apel, citrus, exotic, mangga, naga, pear dan buah impor lainnya. Buah-buahan lokal

yang ditawarkan di “Total Buah Segar” seperti jambu biji, semangka, mangga, pisang, melon, citrus, dan lain-lain. “Total Buah Segar” hanya mengambil buah-buahan dengan kualitas baik yaitu buah-buahan dengan grade A dari supplier maupun petani kontraknya. Selain itu, produk buah-buahan yang dijual di “Total Buah Segar” lebih terjamin kebersihannya.

Menurut Wells dan Prensky (1996) dalam Albari (2002), motivasi sebagai titik awal dari semua perilaku konsumen, yang merupakan proses dari seseorang untuk mewujudkan kebutuhannya serta memulai melakukan kegiatan untuk memperoleh kepuasan. Dengan demikian, jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap obyek tertentu, maka dia akan terdorong untuk berperilaku menguasai obyek tersebut. Sebaliknya apabila motivasinya rendah, maka seseorang akan mencoba untuk menghindari obyek yang bersangkutan (Albari 2002).

Maka dari itu diperlukan penelitian terhadap motivasi konsumen dalam pembelian buah-buahan segar di “Total Buah Segar” akan memberi masukan yang berarti dalam perencanaan strategi pemasaran perusahaan tersebut. Keanekaragaman konsumen dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari dapat dipengaruhi oleh berbagai Indikator, mulai dari Indikator yang berasal dalam diri konsumen hingga yang berasal dari luar konsumen. Beberapa Indikator dari dalam diri konsumen yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu motivasi, persepsi, sikap, kepribadian, dan konsep diri. Sedangkan Indikator yang berasal dari luar konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang yaitu kebudayaan, kelas sosial, kelompok, dan keluarga.

Keberagaman latar belakang masing-masing konsumen yang berbeda budaya, perilaku, kebutuhan dan keinginan, membuat informasi tentang perilaku konsumen semakin dibutuhkan oleh pelaku usaha untuk bersaing untuk dapat memenangkan pasar. Keberagaman produk, merek, dan pelaku usaha yang muncul dan menawarkan berbagai macam keunggulannya maka menjadikan konsumen memiliki banyak pilihan. Maka para pelaku usaha mempelajari perilaku konsumen karena perilaku konsumen merupakan komponen penting dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Dalam pengambilan keputusan pembelian, motivasi merupakan salah satu sebab psikologis seorang konsumen agar dapat menentukan produk yang diinginkan. Penelitian ini yang berkaitan dengan faktor psikologis konsumen terhadap keputusan pembelian produk. Lebih memahami tentang bagaimana motivasi mempengaruhi perilaku manusia dalam mengonsumsi produk tertentu untuk kehidupannya sehari-hari.

Berdasarkan uraian diatas, berbagai rumusan masalah yang dapat dikaji oleh penulis adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana motivasi konsumen di “Total Buah Segar”?
2. Bagaimana pembelian buah di “Total Buah Segar”?
3. Indikator motivasi konsumen apa saja yang berhubungan dengan pembelian buah di “Total Buah Segar”?

B. Tujuan

Tujuan dari penelitian adalah:

1. Mengidentifikasi motivasi konsumen di “Total Buah Segar”.

2. Mengidentifikasi pembelian buah di “Total Buah Segar”.
3. Menganalisis hubungan motivasi konsumen dengan pembelian buah di “Total Buah Segar”.

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pembaca.

Adapun manfaat tersebut antara lain:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi “Total Buah Segar” mengenai motivasi konsumen dalam melakukan pembelian buah dan hubungan indikator yang memotivasi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen dalam pembelian buah di supermarket sebagai bahan evaluasi dan penilaian sehingga dapat meningkatkan penjualan buah segar.
2. Bagi akademisi dan pembaca, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian berikutnya dan menjadi bahan media informasi dan penambah wawasan bagi masyarakat yang berkenaan dengan masalah-masalah yang relevan dengan penelitian ini.