

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Buah merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi manusia, karena buah mengandung banyak manfaat yang dibutuhkan oleh tubuh, antara lain : menjaga hidrasi tubuh, menurunkan resiko penyakit, dan menjaga kesehatan mata, serta mencegahnya. Seperti katarak dan degenerasi makula (gangguan penglihatan yang umumnya terjadi pada usia lanjut karena faktor penurunan pada salah satu fungsi bagian mata). Dalam memenuhi gizi yang seimbang, salah satunya bisa diperoleh dengan mengonsumsi buah dan sayur. Menurut *World Health Organization* (WHO) dalam Budiwati dkk. (2020) menyarankan agar mengonsumsi buah dan sayur sebanyak 400 g (150 g buah dan 250 g sayur) disetiap harinya. Menurut Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan (2023), masyarakat dalam mengonsumsi buah dan sayur masih dalam kategori rendah. Disebutkan hanya sekitar 67,5% masyarakat yang mengonsumsi porsi sebanyak 1 hingga 2 disetiap harinya dalam satu minggu. Kemudian sebanyak 17,4% masyarakat dalam mengonsumsi buah dan sayur 3-4 porsi disetiap harinya. Untuk yang mengonsumsi lebih dari 5 porsi sayur dan buah hanya 3,3%, yang lebih memprihatinkan lagi, sebanyak 11,8% masyarakat yang tidak pernah mengonsumsi buah dan sayur.

Pasar merupakan tempat rujukan masyarakat dalam memperoleh buah dan sayur. Seiring berjalannya waktu pasar terbagi menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan modern. Pasar tradisional merupakan pasar yang terdapat penjual dan pembeli dengan kondisi tempat yang sederhana, dari segi bangunan, tata letak, dan pembayaran tunai, serta kebersihan yang masih kurang terjaga. Kemudian, pasar modern merupakan pasar yang terdapat penjual dan pembeli dengan kondisi tempat lebih modern mulai dari bangunan, tata letak, sistem pembayaran non tunai, dan kebersihan yang lebih terjaga. Pasar memberikan peran penting, dengan adanya pasar kita dapat memenuhi semua kebutuhan, salah satunya buah-buahan. Adanya perkembangan pasar menjadikan konsumen tidak hanya mempertimbangkan ketersediaan buah yang akan dibeli, tetapi juga

mempertimbangkan pengalaman yang didapatkan selama pembelian. Hal tersebut yang memungkinkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Adanya keterkaitan dengan kualitas produk yang ditawarkan dan pelayanan yang diterima selama pembelian.

Pasar tradisional dan modern memiliki karakteristik yang memungkinkan berbeda dari keduanya. Pasar tradisional identik dengan interaksi langsung melalui proses tawar-menawar, sedangkan pasar modern menerapkan sistem pelayanan yang lebih mandiri dengan fasilitas dan tata kelola yang terstruktur. Masing-masing karakteristik tersebut membentuk pengalaman berbelanja yang khas bagi konsumen. Dalam pembelian buah, konsumen dapat menilai kualitas produk melalui wujud yang dapat diamati dan dirasakan secara langsung. Disisi lain, pengalaman selama proses pembelian juga memungkinkan dipengaruhi oleh pelayanan, mulai dari kondisi fasilitas, keandalan penjual atau staf, ketanggapan dalam membantu konsumen, serta perhatian terhadap kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Mariansyah & Syarif (2020) kualitas produk adalah karakteristik suatu produk yang bergantung pada kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan konsumen secara *eksplisit* maupun *implisit*. Maksud *eksplisit* adalah kebutuhan atau harapan yang jelas, nyata dan diungkapkan secara langsung oleh konsumen. Lalu *implisit* adalah kebutuhan atau harapan yang tidak diungkapkan secara langsung, tetapi diasumsikan/diharapkan konsumen berdasarkan pengalaman yang ada. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan suatu layanan yang diberikan oleh penyedia jasa kepada para konsumen. Kualitas ini mengacu pada sejumlah mana layanan tersebut memenuhi atau melebihi harapan para konsumen.

Buah yang biasanya dikonsumsi masyarakat merupakan produk yang memiliki karakteristik berbeda dengan barang lainnya. Karakteristik tersebut bisa dipengaruhi oleh waktu, cuaca, iklim dan kondisi fisik. Sehingga menjadikan konsumen dalam mempertimbangkan tempat pembelian. Pada saat yang sama, konsumen juga mengalami proses pelayanan pada saat memilih

buah, bertransaksi, dan dalam memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, kepuasan tidak hanya berkaitan dengan produk yang dibeli, tetapi juga dengan pengalaman yang diperoleh selama proses pembelian.

Fenomena tersebut dapat dilihat pada keberadaan pasar buah tradisional dan modern di wilayah Depok, Sleman, Yogyakarta. Di wilayah Depok terdapat dua jenis pasar yang menawarkan produk buah yang berkualitas dan pelayanan kepada para konsumen, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Dalam penelitian ini, Pasar Gowok dipilih sebagai representasi dari pasar buah tradisional di wilayah Depok karena merupakan salah satu pasar lokal yang aktif dengan dinamika transaksi tawar-menawar yang kuat dan menjadi rujukan utama masyarakat sekitar untuk mendapatkan buah segar dengan harga terjangkau. Sebaliknya, Superindo Seturan dipilih sebagai representasi dari pasar buah modern karena lokasinya yang strategis di salah satu kawasan yang ramai dengan aktivitas ekonomi, memiliki sistem pelayanan mandiri, fasilitas, dan penataan produk yang berbeda. Karakteristik dari masing-masing tempat memungkinkan adanya perbedaan yang menarik untuk dikaji dari sudut pandang konsumen, khususnya mengenai bagaimana konsumen menilai kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan setelah melakukan pembelian buah.

Konsumen dapat memberikan penilaian terhadap kualitas buah dan pelayanan. Oleh karena itu, diperlukan pengukuran berdasarkan pengalaman konsumen yang benar-benar melakukan pembelian buah pada kedua lokasi penelitian. Agar penilaian terhadap kualitas produk dan pelayanan tidak hanya didasarkan pada asumsi mengenai perbedaan antara pasar tradisional dan modern, tetapi berdasarkan persepsi konsumen dan pengujian secara kuantitatif. Dengan demikian, penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasar Buah Tradisional dan Modern di Wilayah Depok, Sleman, Yogyakarta”.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan pada Pasar Gowok dan Superindo Seturan?
2. Bagaimana persepsi kepuasan konsumen pada Pasar Gowok dan Superindo Seturan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pasar buah tradisional dan modern di wilayah Depok, Sleman, Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan pada Pasar Gowok dan Superindo Seturan.
2. Mendeskripsikan kepuasan konsumen pada Pasar Gowok dan Superindo Seturan.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pasar buah tradisional dan modern di Wilayah Depok, Sleman, Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi pedagang buah. Hasil dari penelitian bisa digunakan sebagai pedoman dalam meningkatkan kepuasan konsumen dalam aspek kualitas produk dan pelayanan yang ditawarkan.
2. Bagi peneliti selanjutnya. Hasil penelitian dapat memberikan manfaat bagi peneliti berikutnya yang ingin mengkaji ilmu manajemen pemasaran dibidang agribisnis.