

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pola hidup sehat yang akrab lingkungan telah menjadi trend baru meninggalkan pola hidup lama yang menggunakan bahan kimia non-alami, seperti pupuk, pestisida kimia sintetis, dan hormon tumbuh dalam budi daya pertanian. Pola hidup sehat ini mensyaratkan jaminan bahwa produk pertanian harus beratribut aman dikonsumsi, kandungan nutrisi tinggi dan ramah lingkungan. Pangan yang sehat dan bergizi tinggi ini dapat diproduksi dengan metode pertanian organik (Mayrowani 2012). Menurut Choirot et al., (2021), masyarakat menjadi lebih selektif dalam mengkonsumsi sayuran seperti memilih sayuran organik yang lebih aman untuk dikonsumsi bagi tubuh.

Pertanian organik adalah 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 (Litbang, 2002). Pertanian organik didefinisikan sebagai sistem produksi pertanian yang holistik dan terpadu, dengan cara mengoptimalkan Kesehatan dan produktivitas agro-ekosistem secara alami, sehingga menghasilkan pangan dan serat yang cukup, berkualitas, dan berkelanjutan. Pertanian organik adalah sistem pertanian yang holistik yang mendukung dan mempercepat biodiversitas, siklus biologi dan aktivitas biologi tanah (IFOAM, 2005).

Departemen Pertanian telah mencanangkan program “*Go Organic*” sejak tahun 2010. Program ini diarahkan agar masyarakat, baik petani sebagai produsen maupun masyarakat luas sebagian konsumen untuk hidup sehat. Misi dalam

program *Go Organic* 2010 ini adalah meningkatkan mutu hidup masyarakat dan kelestarian lingkungan alam Indonesia, dengan mendorong berkembangnya pertanian organik yang berdaya saing dan berkelanjutan. Untuk itu, pemerintah terus mendukung secara aktif pertanian organik di Indonesia dengan membentuk aturan/regulasi yang meliputi standarisasi, sertifikasi dan pengawasan. Sistem pangan organik ini telah diatur oleh pemerintah dalam Standar Nasional Indonesia (SNI) tentang pangan organik yang tertuang dalam SNI 01-6729-2010 (SNI Pangan Organik, 2010).

Muljaningsih (2011) menunjukkan bahwa di antara produk organik, sayur merupakan salah satu produk organik yang paling disukai konsumen setelah beras, artinya sayur dianggap sebagai salah satu kebutuhan utama sebagai bahan pangan.

Sayuran organik adalah sayuran yang diproduksi tanpa menggunakan bahan-bahan kimia sintesis seperti pupuk kimia (Urea, KCl, dan TSP), pestisida, herbisida, insektisida, fungisida, dan bahan kimia lain. Sehingga pembudidayaannya hanya menggunakan pupuk organik, misalnya pupuk kandang dan kompos. Selain itu, bibit sayuran organik juga tidak boleh berasal dari hasil rekayasa genetik. Kecuali bibit unggul dari hasil persilangan biologis atau hasil manipulasi genetik dengan menggunakan *selective breeding* (Saragih, 2008). Penelitian Aryal et al. (2005) mengenai kesediaan membayar konsumen produk pangan organik di Kathmandu, Nepal menunjukkan bahwa dibandingkan dengan produk pangan lainnya, komoditas sayur memiliki permintaan yang lebih tinggi yaitu sebanyak 42%, disusul dengan komoditas kacang-kacangan (28%) dan buah (20%).

Preferensi sayuran organik ditentukan oleh karakteristik sosial dan ekonomi konsumen dengan pertimbangan utama alasan kesehatan (Muljaningsih 2011;

Silitonga dan Salman 2014) dan secara lebih spesifik adalah menghindari residu pestisida. Sayur organik sebagai salah satu produk pangan organik memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan sayur anorganik, sehingga jarang ditemui di pasar tradisional, melainkan di supermarket atau agen khusus organik (Apriyani dan Saty, 2013) sehingga menyebabkan sayuran organik lebih mudah ditemukan di kota-kota besar.

Tabel 1.1 Rata rata pengeluaran per kapitan setahun dalam komoditas makanan

Rata-rata Pengeluaran per Kapita Setahun Menurut Kelompok Komoditas (rupiah) di Provinsi Jawa Timur, 2017 and 2018		
Kelompok Komoditas	2017	2018
<b>Makanan</b>		
Padi-padian	55 229	61 362
Umbi-umbian	3 913	3 681
Ikan/udang/cumi/kerang	28 131	30 353
Daging	22 463	19 949
Telur dan susu	26 981	29 916
Sayur-sayuran	39 984	33 561
Kacang-kacangan	15 328	15 577
Buah-buahan	21 640	26 394
Minyak dan kelapa	13 488	13 215
Bahan minuman	16 369	15 862
Bumbu-bumbuan	9 265	10 002
Konsumsi lainnya	9 822	9 230
Makanan dan minuman jadi	160 074	179 186
Rokok	54 175	54 472
<b>Jumlah Makanan</b>	<b>476 861</b>	<b>502 761</b>

Sumber: BPS, 2018

Surabaya merupakan ibukota Provinsi Jawa Timur dan merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Surabaya juga merupakan kota yang memiliki tingkat pendapatan tinggi Menurut BPS tahun 2018, sayur menempati posisi ketiga untuk rata rata pengeluaran per kapitan sebulan dalam komoditas

makanan. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa konsumsi sayur di Surabaya sangat tinggi dibandingkan makanan lainnya.

Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk didasarkan atau terbentuk dari adanya perilaku konsumen terhadap sesuatu hal yang mereka inginkan. Menurut (Setiadi, 2013) menjelaskan perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Perilaku konsumen sebagai disiplin ilmu pemasaran sangat berguna karena salah satu alasan mengenai pentingnya pemasaran adalah perusahaan tidak hanya memproduksi produk lalu menjualnya untuk mendapatkan laba yang besar, tetapi perusahaan juga ingin agar konsumen menjadi loyal kepada perusahaan (Jodie, 2007).

Berdasarkan hal tersebut peneliti menjadi tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sayur Organik di Pasar Modern Kota Surabaya”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terjadi adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen sayur organik di pasar modern Kota Surabaya?
2. Apa jenis sayur organik yang dibeli di pasar modern Kota Surabaya?
3. Faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayur organik di pasar modern Surabaya Kota?

### **1.3 Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini tidak terlalu meluas dalam pembahasannya, perlu kiranya penulis memberikan batasan-batasan dalam penelitian ini. Beberapa Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian bertempat dan dikhususkan di pasar modern Kota Surabaya.
2. Responden penelitian adalah konsumen berumur diatas 17 tahun yang pernah membeli dan mengkonsumsi sayur organik.
3. Jenis sayur organik yang digunakan dalam penelitian adalah bayam, kangkung, sawi dan selada.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen sayur organik di pasar modern Kota Surabaya
2. Mengidentifikasi jenis sayur organik yang dibeli di pasar modern Kota Surabaya
3. Menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayur organik di pasar modern Surabaya Kota.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Penulis menjadi lebih mengetahui secara lebih detail tentang perilaku konsumen sayur organik, sehingga menambah pengetahuan dan bekal untuk dunia kerja.
2. Sebagai pertimbangan dan masukan produsen maupun distributor dalam mengetahui perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat dijadikan dasar untuk menyusun strategi pemasaran.

3. Sebagai tambahan referensi yang dapat dijadikan perbendaharaan ilmu dan pengetahuan terutama tulisan mahasiswa yang dapat direkomendasikan di perguruan tinggi dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk penulisan karya sejenis.