

## I. PENDAHULUAN

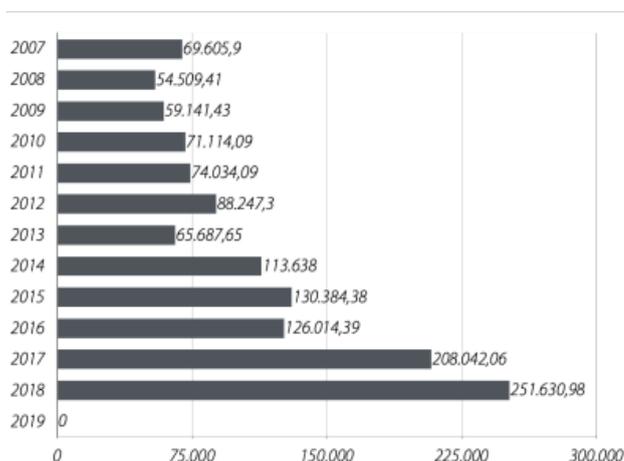
### 1.1 Latar Belakang

Kesehatan tubuh sangat penting karena dengan tubuh yang sehat dapat melakukan segala aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dari kelima komponen empat sehat lima sempurna tersebut ketersediaan sayur mayur merupakan suatu hal yang sangat penting. Sayuran mengandung berbagai maam zat yang dibutuhkan oleh tubuh, misalnya zat besi, kalium, fosfor, kalsium. Selain itu didalam sayuran terdapat berbagai maam vitamin yang sangat penting bagi tubuh. Vitamin yang terdapat dalam sayuran tersebut juga berkaitan dengan keadaan sayuran yang akan dikonsumsi.

Gaya hidup sehat dengan slogan "*Back to Nature*" telah menjadi trend baru abad ke 21. Konsumen maupun produsen makin menyadari bahwa penggunaan bahan-bahan kimia non-alami, seperti pupuk dan pestisida kimia sintetis serta hormon pertumbuhan dalam produksi pertanian ternyata berdampak negatif terhadap kesehatan manusia dan lingkungan hidup. Dukungan dari pemerintah dan lembaga pertanian lainnya tentang gaya hidup sehat ini telah mengalami perkembangan secara internasional yang di wujudkan melalui regulasi perdagangan global.

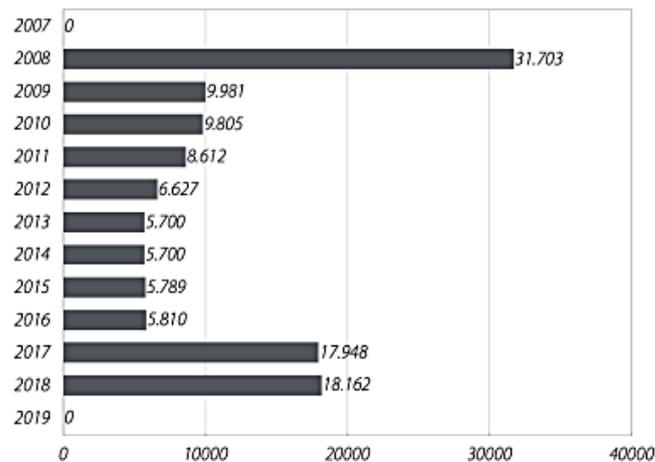
Perkembangan pertanian organik tidak lepas dari pertumbuhan jumlah lahan yang dikonversi menjadi lahan organik. Pada bagian ini akan diberikan beberapa grafik terkait luasan lahan pertanian organik per komoditas. Komoditas yang disajikan di sini yang sudah divalidasi di antaranya beras, kelapa, pisang, kopi, kakao, sayuran, jeruk, teh, dan buah tropis. Dalam beberapa dekade terakhir telah terjadi peningkatan permintaan untuk produk-produk pertanian yang dihasilkan dengan proses yang ramah lingkungan, khususnya yang dihasilkan secara

organik. Ada kecenderungan bahwa pasar peminat makanan organik khususnya komoditi sayuran semakin berkembang sebesar 10% per tahun (Rahman, 2015).



Gambar 1.1 Jumlah Luasan Pertanian Organik Per Tahun (Satuan Hektar)  
Sumber: ((SPOI), 2019)

Peningkatan dan penurunan jumlah luasan lahan bersertifikasi organik disebabkan banyak faktor, sebagai contoh untuk tahun 2008 sampai dengan 2010 adalah masa dimana adanya akreditasinya 7 Lembaga sertifikasi sehingga menyebabkan meningkatnya jumlah lahan yang tersertifikasi. Namun untuk tahun 2011-2014 terjadi fluktuasi luasan lahan dikarenakan beberapa operator tidak memperpanjang sertifikasinya dan juga beberapa komoditas panen liar juga menjadi primadona. Peningkatan jumlah luas lahan pertanian organik dari tahun 2016 ke 2017 sekitar 39,4 % dan peningkatan luas lahan pertanian organik di tahun 2017 dan 2018 sekitar 17,3 %. Sementara itu jumlah operator yang terlibat dalam kegiatan pertanian organik relatif stabil di angka 18.000 produser yang tersebar di berbagai komoditas. Seperti yang terlihat di grafik berikut:



Gambar 1.2. Jumlah Operator Organik Per Tahun  
Sumber: ((SPOI), 2019)

Salah satu tujuan pertanian organik adalah untuk mendapatkan pangan organik. Pangan organik adalah sesuatu yang berasal dari suatu lahan pertanian organik yang menerapkan praktik-praktik pengelolaan yang bertujuan untuk memelihara ekosistem dalam mencapai produktivitas yang berkelanjutan dan melakukan pengendalian gulma, hama dan penyakit, melalui berbagai cara seperti daur ulang sisa-sisa tumbuhan dan ternak, seleksi dan pergiliran tanaman, pengelolaan air, pengolahan lahan dan penanaman serta penggunaan bahan hayati. Pertanian organik merupakan sistem pertanian yang ramah lingkungan karena memanfaatkan pupuk organik dan dapat memberikan beberapa dampak positif untuk masyarakat pedesaan (Pangan, 2016).

Seiring dengan perkembangan pengetahuan dan teknologi serta kesadaran masyarakat terhadap kesehatan untuk masa yang akan datang, saat ini sebagian masyarakat lebih tertarik untuk mengonsumsi pertanian organik khususnya sayuran organik yang benar-benar sehat dan tidak hanya melihat penampilan luarnya saja tetapi mereka lebih menekankan pada kondisi dalam sayuran.

Sayuran organik merupakan hasil produksi pertanian yang menggunakan bahan-bahan alami untuk menghindari atau membatasi penggunaan bahan kimia

yang mengutamakan daur ulang unsur hara dalam pemeliharaan kesuburan dan keberhasilan produksi. Sayuran organik memiliki kandungan yang baik bagi tubuh dan menyehatkan tubuh. Pola hidup sehat dan peduli terhadap kelestarian lingkungan saat ini menjadi pola pikir masyarakat, konsumen mulai beralih membeli dan mengkonsumsi sayuran organik untuk menjaga pola hidup sehat. Hal tersebut menjadikan para petani memulai merubah sistem pola cocok tanam yang mengandalkan penggunaan bahan kimia dan beralih non kimia menjadi sistem pola cocok tanam organik. Manfaat mengkonsumsi sayuran organik yang lebih besar dibandingkan sayuran anorganik, hal ini meningkatkan permintaan sayuran organik dipasaran sehingga masih berpeluang besar untuk dikembangkan.

Preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk yang akan dikonsumsi dari berbagai pilihan produk yang ada. Dengan mengkaji preferensi konsumen, dapat diketahui segala informasi yang berhubungan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini sangat penting bagi pelaku agribisnis didalam negeri dalam menanggapi peningkatan permintaan produk yang dihasilkan, khususnya sayuran bebas residu pestisida atau sering disebut dengan sayuran organik sehingga dapat menghasilkan produk yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kota Surabaya sebagai kota metropolitan yang memiliki jumlah penduduk terbesar di provinsi Jawa Timur menjadikan sayuran organik salah satu sayuran yang banyak diminati dikarenakan saat ini kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat mulai meningkat terutama pada masyarakat urban. Tetapi masyarakat Surabaya juga mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh sayuran organik itu sendiri. Harga sayuran organik relatif lebih tinggi dibandingkan sayuran konvensional ternyata membuat masyarakat Surabaya atau dengan kata lain konsumen belum menjadikan sayuran organik sebagai konsumsi utama mereka.

Menurut data besaran UMK tahun 2018-2020 di 38 Kabupaten/ Kota di Jawa Timur dapat diketahui Kota Surabaya menduduki pendapatan upah tertinggi di Jawa Timur dalam tiga tahun berturut-turut berjumlah Rp3.583.312, Rp3.71.052 dan Rp4.200.479. Maka dari itu informasi pasar mengenai preferensi konsumen diperlukan untuk mengetahui keinginan dari konsumen itu sendiri. pengaruh preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran organik berbeda-beda tiap konsumen. Mengetahui tentang preferensi konsumen dapat menguntungkan pihak pelaku agribisnis karena dapat menguntungkan pihak pelaku agribisnis karena dapat lebih mudah menyediakan apa keinginan dan kebutuhan konsumen dan mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut-atribut apa saja yang menjadi dasar pemilihan produk sayur organik oleh konsumen dan produk sayuran organik seperti apa yang diharapkan oleh konsumen. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti mengambil judul “Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Kota Surabaya”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sayuran organik merupakan produk belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, karena harganya lebih mahal dibandingkan sayuran konvensional yang kurang memengaruhi kesadaran sebagian masyarakat dalam menerapkan gaya hidup sehat dengan mengonsumsi sayuran tanpa bahan kimia. Perubahan konsumsi merubah pola pembelian dari segi perilaku konsumen. Potensi pasar untuk produk apapun, termasuk sayuran organik sama dengan jumlah orang yang menginginkan atau membutuhkannya dan juga memiliki sumber daya yang diperlukan untuk membelinya.

Kepuasan konsumen terhadap sayuran organik menunjukkan bahwa konsumen belum puas terhadap atribut harga dan ketersediaan sayuran di pasaran. Hasil identifikasi kepuasan menunjukkan konsumen lebih menginginkan

harga yang wajar terhadap sayuran organik, hal tersebut dapat dicapai dengan cara peningkatan produksi sayuran organik. Peningkatan permintaan merupakan peluang untuk memperoleh lebih banyak pendapatan atau keuntungan dari usahanya. Tetapi hal ini juga sekaligus merupakan tantangan, karena baik pemasar maupun produsen harus menyediakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini sejalan dengan konsep pemasaran yang bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen, atau berorientasi pada konsumen. Tuntutan tersebut sejalan dengan sifat pasar komoditas pertanian yang tergolong sebagai pasar pembeli (*buyers market*) dimana pembeli (konsumen) adalah raja. Implikasinya, kegiatan pemasar dan produsen dalam usaha memenuhi permintaan konsumen harus senantiasa didasarkan pada preferensi konsumen, karena konsumen adalah pihak yang memutuskan produk mana yang akan dibeli, serta kualitas seperti apa yang dapat memenuhi harapannya. Dari uraian diatas, permasalahan yang hendak dikemukakan dalam penelitian ini adalah bagaimana preferensi konsumen terhadap sayuran organik dan bagaimana preferensi konsumen dalam menentukan urutan kepentingan dari suatu kualitas sayuran organik.

Berdasarkan penjelasan diatas mengenai preferensi konsumen terhadap sayuran organik maka muncul beberapa rumusan masalah yang akan dianalisis, sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku dan preferensi konsumen terhadap sayuran organik di Kota Surabaya?
2. Bagaimana preferensi konsumen dalam menentukan urutan kepentingan dari suatu atribut sayuran organik di Kota Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis perilaku dan preferensi konsumen terhadap sayuran organik di Kota Surabaya.
2. Menganalisis preferensi konsumen dalam menentukan urutan kepentingan dari suatu atribut sayuran organik di Kota Surabaya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pihak selanjutnya sebagai bahan rujukan dalam penelitian yang berkaitan dengan latar belakang masalah dengan judul “preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Kota Surabaya”.
2. Bagi produsen, memberikan informasi mengenai jenis sayuran dan kualitas sayuran yang menjadi selera konsumen.
3. Bagi pengusaha, memberikan informasi di bidang pemasaran dalam menentukan strategi pemasaran sayuran organik.