

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan sektor pertanian memiliki peran penting dan strategis, hal ini dikarenakan sektor pertanian memiliki peranan penting dalam menunjang kehidupan sebagian besar penduduk Indonesia. Sektor pertanian merupakan penyokong terbesar kedua bagi perekonomian nasional. Pada awal tahun 2019 Triwulan II, Produk Domestik Bruto (PDB) pertanian tumbuh sebesar 5,41% tanpa kehutanan dan perikanan. Angka ini lebih tinggi dari pertumbuhan Triwulan II tahun 2017 dan 2018 yang tumbuh masing-masing 3% dan 5,01% (Badan Pusat Statistik, 2019). Salah satu subsektor pertanian yang potensial untuk dikembangkan adalah tanaman pangan, karena pangan merupakan kebutuhan dasar manusia. Sebagian besar masyarakat Indonesia mengonsumsi beras sebagai bahan pangan pokok. Kebutuhan masyarakat Indonesia yang besar akan beras, membuat produksi beras ditingkatkan dengan menggunakan pertanian anorganik atau pertanian konvensional.

Pertanian konvensional merupakan sistem pertanian yang menggantungkan input produksi dari bahan-bahan kimia terutama pupuk kimia dan pestisida kimia (Aksami, 2019). Pertanian konvensional merupakan pertanian yang menggunakan varietas unggul untuk berproduksi tinggi, pestisida kimia, pupuk kimia, dan penggunaan mesin-mesin pertanian untuk mengolah tanah dan memanen hasil. Pertanian konvensional ini yang memberikan hasil panen tinggi namun berdampak negatif terhadap lingkungan dan berbahaya bagi kesehatan manusia yang merupakan akibat penggunaan pestisida kimia.

Kesadaran konsumen yang semakin meningkat akan kesehatan, membuat konsumen lebih selektif dalam memilih beras untuk dikonsumsi. Konsumen kini lebih sadar akan pola makan sehat, karena itu mereka ingin menerapkan pola makan yang dapat mengatasi berbagai masalah kesehatan (Suryanata, 2016). Khususnya bagi konsumen *middle-up* atau konsumen dengan penghasilan menengah keatas yang mengonsumsi beras tidak hanya untuk mengenyangkan tetapi juga yang baik untuk kesehatan. Menurut Sarr (2014), mengonsumsi makanan yang mengandung zat kimia berbahaya dapat memicu pertumbuhan sel kanker dan gangguan sistem hormon. Berdasarkan alasan tersebut, konsumen yang memiliki pengetahuan akan kesehatan dan berpenghasilan menengah keatas (*middle-up*), cenderung memilih produk yang berasal dari pertanian organik.

Pertanian organik merupakan suatu sistem pertanian yang memiliki konsep “*Back to Nature*”. Beras organik adalah hasil budidaya padi menggunakan teknik pertanian organik. Beras organik relatif aman untuk dikonsumsi karena tidak mengandung residu bahan kimia, tekstur nasi lebih pulen, aromanya lebih harum, dan masa simpannya lebih lama. Keunggulan beras organik dari beras anorganik adalah memiliki kandungan glukosa, karbohidrat, dan protein yang mudah terurai sehingga aman dan sangat baik untuk penderita diabetes, baik untuk program diet, serta mencegah kanker, jantung, darah tinggi, dan obesitas. Biaya budidaya yang tinggi membuat harga jual beras organik juga tinggi sehingga pangsa pasarnya terbatas. Segmen pasar yang terbatas, menyebabkan beras organik kurang diketahui oleh masyarakat umum dan menyebabkan sulitnya beras organik untuk dijual disembarang tempat secara *offline*.

Pada era ekonomi digital ini, internet bukan lagi menjadi suatu hal yang tabu bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Internet menghubungkan berjuta hingga milyaran orang yang tidak hanya berada pada satu tempat melainkan di seluruh pelosok negeri. Saat ini, internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui suatu media. Internet juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi yang dapat memunculkan sebuah *marketplace* baru dan sebuah jaringan bisnis yang luas dan tidak terbatas oleh tempat dan waktu.

Semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia menjadikan pasar yang sangat bagus untuk pelaku industri *e-commerce*. Kehadiran perdagangan *online* melalui *marketplace* ini akan lebih memudahkan konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian dalam situasi apapun. Para konsumen tidak perlu datang langsung ke toko, mereka hanya perlu mengunjungi situs yang dituju dan menentukan barang/jasa yang mereka butuhkan. Menurut Sophia (2017), *online shopping* bertujuan untuk meningkatkan minat pembelian konsumen yang didukung oleh teknologi canggih sehingga dapat menarik perhatian konsumen baik dari gambar, warna, suara, bentuk, pelayanan dan ketersediaan yang dicari yang akhirnya memancing minat konsumen untuk membeli suatu barang/jasa dari situs *online* tersebut.

Tokopedia, sebagai salah satu situs jual beli *online* terbesar di Indonesia yang resmi diluncurkan pada 17 Agustus 2009 oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison. Tokopedia merupakan perusahaan perdagangan elektronik atau sering disebut toko daring. Sejak didirikan pada tahun 2009, Tokopedia telah bertransformasi menjadi sebuah *unicorn* yang berpengaruh tidak hanya di Indonesia tetapi juga di Asia Tenggara. Hingga saat ini, Tokopedia

termasuk *marketplace* yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia (Tokopedia, 2020).

Pemasaran beras organik harus didasarkan pada karakteristik dan perilaku konsumen. Menurut Peter dan Olson (2014), kajian perilaku konsumen dapat dijadikan dasar untuk menganalisis lingkungan bisnis. Studi perilaku konsumen yang perlu diketahui oleh pelaku usaha adalah proses pengambilan keputusan dan komponen-komponen yang mempengaruhi keputusan pembelian karena dapat menjadi landasan yang penting didalam pemasaran, sehingga dapat membidik pembeli secara lebih terarah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Preferensi Konsumen Beras Organik di *Marketplace* TOKOPEDIA”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen beras organik?
2. Apa alasan pertimbangan konsumen membeli beras organik?
3. Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut-atribut beras organik?
4. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap Tokopedia sebagai *marketplace* penyedia beras organik?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan:

1. Menganalisis karakteristik konsumen beras organik
2. Menganalisis alasan pertimbangan konsumen membeli beras organik
3. Menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut-atribut beras organik
4. Menganalisis kepuasan konsumen terhadap Tokopedia sebagai *marketplace* penyedia beras organik

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang terkait, diantaranya:

1. Bagi produsen dan pengusaha beras, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menjalankan usaha setelah mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut beras organik
2. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan subsektor pangan
3. Para peneliti dengan lingkup kajian sejenis, sebagai pustaka yang menunjang untuk menyempurnakan kajian sehingga dapat dengan mudah proses penyelesaiannya