

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang di perhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi serta mengabaikan produk, layanan atau ide yang diinginkan dapat memuaskan kebutuhan konsumen dengan konsumsi produk atau layanan yang ditawarkan (Shiffman dan Kanuk, 2000). Pada saat ini konsumen semakin cerdas dan selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsinya. Seiring semakin cerdasnya konsumen dan semakin bertambahnya pilihan produk yang ada di pasar, menimbulkan persaingan yang ketat antar produsen dalam usaha memperebutkan perhatian konsumen yang ada di pasar untuk membeli produknya. Pembelian produk yang dilakukan konsumen dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor budaya dapat mempengaruhi perilaku konsumen berkaitan dengan budaya yang dianut oleh individu dan masyarakat sekitar, faktor sosial merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dari sisi eksternal konsumen, faktor pribadi dipengaruhi oleh karakteristik yang ada pada diri konsumen dan faktor psikologis merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh seseorang tidak selalu bersifat fisiologis yaitu pemenuhan kebutuhan fisik.

Karakteristik responden pada perilaku konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Keputusan konsumen dalam pembelian suatu barang atau jasa sangat beragam, konsumen berasal dari beberapa segmen sehingga yang dibutuhkan juga berbeda. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk yang ada di pasar sehingga konsumen dapat tertarik terhadap produk yang dihasilkan. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor individual, lingkungan yang pada akhirnya menimbulkan tanggapan konsumen pasca pembelian atas produk yang dikonsumsinya dan dapat memberikan masukan bagi produsen atas respon konsumen tersebut. Keputusan pembelian terjadi apabila konsumen dapat memutuskan untuk membeli dan mengkonsumsi produk yang akan dibeli (Kotler, 2005).

Produk yang dapat dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen salah satunya adalah sayuran organik. Sayuran organik merupakan komoditas hortikultura yang memiliki keunggulan yaitu terbebas dari residu pestisida dan bahan kimia berbahaya lainnya. Bahan pangan ini terbebas dari zat-zat yang tanpa disadari dapat tertimbun terus-menerus di dalam tubuh. Jangka panjangnya, akan meningkatkan risiko kanker dalam tubuh karena zat tersebut bersifat karsinogen penyebab kanker. Keistimewaan lain sayuran organik adalah mengandung antioksidan dibandingkan dengan sayur konvensional. Kandungan nitrat dalam sayuran organik memiliki 25 persen lebih rendah dari sayuran nonorganik (Isdiyanti, 2007). Sayuran organik juga sumber pangan yang mengandung vitamin, protein, mineral, serat, karbohidrat, dan air yang sangat berguna bagi tubuh serta tidak mengandung senyawa beracun yang dapat mengganggu kesehatan manusia sehingga semakin meningkatnya permintaan terhadap sayur organik.

Sayuran organik yang mengandung vitamin, protein, mineral, serat, karbohidrat dan air adalah salah satunya sayur wortel. Wortel adalah tanaman populer yang tersebar secara merata di seluruh dunia. Tanaman ini merupakan tanaman hortikultura yang banyak digemari oleh karena rasanya yang enak, renyah dan manis. Sayur wortel organik dimasukkan sebagai salah satu jenis sayuran yang dianjurkan untuk dimakan karena mengandung gizi yang cukup tinggi karena kaya akan karoten, yaitu mengandung vitamin A, sehingga menambah kesehatan tubuh (Ali, 1994). Sayur wortel organik dapat diproduksi di berbagai daerah, salah satunya adalah Jawa Timur. Menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2012), produksi dan produktivitas wortel di Jawa Timur fluktuatif. Produksi dan produktivitas wortel pada tahun 2010 yaitu dengan luas panen 3.597 ha menghasilkan produksi 53.798 ton dengan produktivitas 149,6 ku/ha, hal tersebut menunjukkan bahwa produktivitas sayur wortel meningkat

Meningkatnya produksi sayur wortel organik mengakibatkan jumlah permintaan sayur wortel organik berdampak kepada petani yang juga semakin bertambah, namun pembelian terhadap sayur wortel organik menurun. Menurunnya pembelian terhadap sayur wortel organik diakibatkan karena adanya faktor yang mempengaruhi terhadap pembelian sayur wortel organik. Salah satu faktor yang mempengaruhi menurunnya pembelian terhadap sayur wortel organik adalah harga.

Harga sayur wortel organik cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan sayur wortel nonorganik. Perilaku konsumen terhadap harga turut berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli, konsumen umumnya mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan manfaat produk. Produk yang berorientasi pada kualitas pada umumnya membutuhkan biaya yang cukup tinggi dalam kegiatan produksinya, sehingga turut mempengaruhi tingginya harga penawaran harga di pasar. Dengan demikian perlu dilakukan penelitian analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayur wortel organik. Karena dengan menganalisis perilaku konsumen, maka konsumen akan lebih mengetahui dan mempertimbangkan untuk membeli dan mengonsumsi sayur wortel organik.

1.2 Rumusan Masalah

Malang adalah salah satu daerah yang memproduksi dan memasarkan sayuran organik yang ada di Jawa Timur. Kota Batu merupakan kota yang memproduksi sayuran organik yang ada di Malang. Berdasarkan data Dinas Pertanian Jawa Timur (2011), pada tahun 2007 Kota Batu memiliki luas lahan panen 452 ha dan produksi sebesar 6.900 ton. Hal ini menunjukkan bahwa sayur organik dapat diproduksi di Malang yang memiliki potensi dalam usahatani sayuran organik dan dapat meningkatkan produksi dan produktivitas sayur organik.

Menurut Pracaya (2002), sayur organik merupakan sayuran yang dibudidayakan dengan teknik pertanian yang mengandalkan bahan-bahan alami tanpa bahan-bahan kimia sintetis. Tujuan utama sayuran organik adalah menyediakan produk pertanian bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumen serta tidak merusak lingkungan. Sedangkan menurut Prestilia (2012), sayur organik dibudidayakan secara alami maka sayuran tersebut mengandung berbagai keunggulan dibandingkan dengan sayur non organik. Salah satu keunggulan sayur organik adalah semakin tingginya produksi sayur organik dikarenakan aman dari residu bahan kimia sehingga dapat menunjang kesehatan.

Keunggulan sayuran organik yang meningkat maka akan semakin meningkat pula produksi sayuran organik yang dijual. Namun semakin meningkatnya produksi sayuran organik, pembelian terhadap sayuran organik semakin menurun. Pembelian sayur organik yang menurun diakibatkan karena adanya faktor dan atribut yang mempengaruhi perilaku kosnumen dalam pembelian terhadap sayur organik.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apa saja atribut-atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sayur wortel organik?
2. Bagaimana perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayur wortel organik?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis atribut-atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian sayur wortel organik.
2. Menganalisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayur wortel organik.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan atau manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi peneliti, sebagai wadah untuk melatih kemampuan dalam mengidentifikasi dan menganalisis perilaku konsumen, yaitu karakteristik responden, sikap dan perilaku konsumen serta keputusan pembelian sayur wortel organik.
2. Bagi produsen atau pemasar, peneliti ini diharapkan bermanfaat untuk memberikan wawasan dan pertimbangan tentang analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayur wortel organik.
3. Bagi pihak lain sebagai sumber referensi dan dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi yang berminat pada kajian yang sama.