PENGARUH PENGETAHUAN, KESADARAN LINGKUNGAN, DAN KESADARAN KESEHATAN TERHADAP SIKAP PEMBELIAN (SURVEI PADA KONSUMEN MAKANAN ORGANIK DI KOTA MALANG)

Adinda Quratua'ini Tufahati
Ari Irawan
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya
Malang

ABSTRACT

The objective of this study is to identify and explain: (1) partial influence of variable knowledge, environmental awareness, and healthy awareness towards consumer attitudes;(2) The simultaneous effect of knowledge variables, environmental awareness, and health awareness of consumer attitudes. This research uses the type of survey method with a quantitive approach. The samples used in this study amounted to 170 respondens using purposive sampling. Quenstionnaries are used as data collection instruments. The data analysis used in this study is the analysis of descriptive and analysing multiple linear regression. The results of the show that: partially (1) knowledge variable have a significant effect on consumer attitudes; (2) Enviromental awareness variables have significant effect on consumer attitudes; (3) Variables Health Awareness has no significant effect on consumer attitudes (4). Simultaneously the knowledge variables, environmental awareness and health consciousness had a together effect to consumer attitude variables. Based on those results environmental awareness variables are variables that have the highest average score. Health awareness variables have a positive value but have no effect on the consumer attitude variables.

Keywords : Knowledge, Environmental Awareness, Healthy Awareness, Consumer Attitude

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan: (1) pengaruh secara parsial variabel Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan, dan Kesadaran Kesehatan terhadap Sikap Konsumen;(2) pengaruh secara simultan variabel Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan, dan Kesedaran Kesehatan terhadap Sikap Konsumen. Penelitian ini menggunakan jenis metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 170 responden yang merupakan masyarakat kota Malang yang berumur minimal 18 tahun, dan pernah mengkonsumsi makanan organik. Kuesioner digunakan sebagai instrumen pengumpulan data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskripstif dan analisi regresi linier berganda. Hasil dari menunjukkan bahwa: secara parsial (1) variabel pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap konsumen; (2) variabel kesadaran lingkungan berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen; (3) variabel kesadaran kesehatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap konsumen. Secara simultan variabel pengetahuan, kesadran lingkungan dan kesadaran kesehatan memiliki pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel sikap konsumen. Berdasarkan hasil tersebut variabel kesadaran lingkungan adalah variabel yang memiliki rata – rata skor tertinggi. Variabel kesadaran kesehatan memiliki nilai positif tetapi tidak memiliki pengaruh terhadap variabel sikap konsumen.

Kata Kunci: pengetahuan, kesadaran lingkungan, kesadaran kesehatan, sikap konsumen

PENDAHULUAN

Sejak tahun 2000, di berbagai belahan dunia permintaan makanan organik mengalami peningkatan, selain dampak positif dari pertanian organik hal tersebut didorong oleh persepsi konsumen mengenai kualitas dan keamanan makanan organik lebih baik daripada makanan non organik (Vindigni, Janssen dan Jager, 2002). Berdasarkan Data WTO menunjukkan bahwa sepanjang tahun 2000 hingga 2004 perdagangan akan produk pertanian organik dunia mencapai nilai rata-rata USD 17,5 milyar. Walaupun demikian, permintaan akan makanan organik proporsinya masih jauh lebih rendah daripada makanan non- organik (Gupta dan Ogden, 2009).

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki tingkat pertumbuhan penduduk cukup tinggi. Berdasarkan laporan Bappenas dalam Proyeksi Penduduk Indonesia tahun 2010-2035 jumlah penduduk Indonesia pada 2020 bakal mencapai 271 juta jiwa atau bertambah 10 juta jiwa dari jumlah penduduk pada tahun sebelumnya. Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat membuat masalah baru bagi suatu negara, baik masalah ekonomi maupun sosial.

Sebagian besar permasalahan-permasalahan tersebut muncul dikarenakan perilaku individu ataupun kelompok itu sendiri. Dari data yang dipublikasikan oleh Departemen Kesehatan Indonesia pada depkes.co.id menyebutkan bahwa penyebab kematian utama di Indonesia disebabkan oleh gaya hidup dan perilaku yang tidak sehat. Beberapa penyakit yang diakibatkan oleh gaya hidup dan perilaku tidak sehat seperti halnya Tuberkolosa, serangan jantung dan diabetes.

Pangan yang tersebar di Indonesia saat ini didominasi oleh makanan konvensional yang tidak menyehatkan (Waskito *et al.*, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Grup Riset Bank Pembangunan Singapura DBS menyatakan bahwa negara Indonesia merupakan negara yang memiliki pangsa pasar terbesar dalam industri makanan kemasan se-ASEAN mengalahkan Filipina dan Singapura (www.neraca.co.id). Kemudahan dalam pengolahan makanan kemasan serta cita rasa yang enak, membuat konsumsi makanan kemasan di Indonesia menjadi suatu kebutuhan. Kebutuhan ini yang mendorong seseorang untuk mengkonsumsi secara terus – menerus, sehingga bahan - bahan kimia yang terkandung didalam makanan akan menumpuk dan berdampak buruk bagi kesehatan.

Sebagai negara Agraris yang menghasilkan berbagai produk pertanian, membuat Indonesia berpeluang besar dalam memproduksi makanan organik. Beras, buah, sayur, ayam, telur, susu, yogurt dan produk perekebunan seperti madu kopi, vanilla adalah jenis produk organik yang sudah tersedia di Indonesia. Hal tersebut mempermudah masyarakat dalam mendapatkan makanan organik hasil pertanian atau peternakan untuk dikonsumsi. Gencarnya kampanye "*Go Organic*" yang digencarkan oleh Kementrian Pertanian sejak 2010, permintaan akan konsumsi makanan organik yang kian meningkat, membuat bisnis pangan organik juga semakin berkembang.

Berkembangnya bisnis pangan organik di Indonesia dibuktikan dengan adanya produk – produk organik yang ditemukan di gerai *supermarket* dan restoran, yang tersebar di Indonesia

Berdasarkan data Indonesia organik dalam Indonesiaorganic.com, tahun 2014 peningkatan pasar pangan organik secara nasional hanya tumbuh lima persen per tahun, dengan nilai penjualan sekitar Rp 10 miliar. Sementara tren pangan organik di dunia terus meningkat. Untuk meningkatkan tingkat konsumsi makanan organik di Indonesia, pemasaran sosial seperti melakukan kampanye peduli lingkungan, kampanye keamanan pangan dan kesehatan dapat dijadikan sebagai jalan keluar untuk membangun kesadaran masyarakat akan fenomena tersebut.

Pentingnya pemasaran sosial mengenai makanan organik adalah dalam rangka meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi makanan organik. Dengan mengkonsumsi makanan organik secara berkala, dapat mengurangi resiko terserang penyakit kanker, hipertensi, diabetes, kolesterol, dan lainnya ("*Why Healthy Lunch*", 2008). Hal tersebut dapat membantu masyarakat untuk mengubah perilaku baru terhadap masalah kesehatan. Sehingga diharapkan dapat memberikan motivasi dalam perubahan pola makan yang buruk di lingkungan masyarakat.

Menurut Ling, Franklin, Lindstedt, & Gearon (1992: 360) dalam buku *Social Marketing for Public Health* Pemasaran sosial telah banyak digunakan dalam memecahkan masalah tentang kesehatan masyarakat, dan menjadi bagian dari domain kesehatan. Kegiatan pemasaran sosial sudah diterapkan oleh berbagai negara maju di dunia. Pemasaran social merupakan suatu pendekatan efektif yang mengembangkan program

untuk mempromosikan perilaku sehat (Corneil *et al*., 2001:231).

Pemasaran sosial dapat diterapkan di Indonesia, terutama pada kota yang mengalami pertumbuhan penduduk tinggi. Salah satu kota yang memiliki jumlah penduduk tinggi adalah Kota Malang. Jumlah penduduk Kota Malang hingga tahun 2019 terus meningkat, dibuktikan dari data BPS Kota Malang pada halaman malangKota.bps.go.id yang menyatakan bahwa jumlah penduduk hingga tahun 2019 mencapai 870.682 jiwa. Kenaikan jumlah penduduk tentu akan menimbulkan masalah baru. Salah satu permasalahan yang harus di perhatikan adalah masalah kesehatan.

Masalah kesehatan seperti stunting pada remaja juga banyak terjadi di Kota Malang. Angka stunting Jatim adalah 32,81 persen dan melebihi rata-rata nasional yang berada di kisaran angka 30 persen. Kota Malang menjadi Kota yang menempati posisi pertama pada kasus stunting di Jawa Timur (www.malangtimes.com). Selain angka stunting yang tinggi, melalui berita yang terdapat pada jamsosindonesia menyatakan bahwa Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) mendeteksi kurang lebih 9500 peserta wilayah Malang menderita empat jenis penyakit kronis seperti diabetes, hipertensi, jantung, dan gagal ginjal. Hal ini dipertegas oleh Kepala BPJS Kesehatan Kota Malang (jamsosindonesia.com).

Hal ini memerlukan perhatian khusus bagi masyarakat Kota Malang. Munculnya berbagai macam penyakit seperti stunting dan penyakit kronis sangat mungkin terjadi lantaran gaya hidup yang tidak baik. Sehingga perlu ada penanganan dalam memantau pola dan gaya hidup masyarakat. Salah satu gaya hidup yang perlu diperhatikan adalah makanan yang dikonsumsi. Makanan yang bergizi sangat penting untuk mendukung tercapainya pola hidup sehat, sehingga makanan organik dapat dijadikan salah satu solusi untuk menjaga kesehatan. Hal ini yang menjadi salah satu alasan penulis memilih Kota Malang sebagai objek penelitian.

Banyak faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan sikap pembelian makanan organik. Beberapa faktor dapat mempengaruhi sikap pembelian makanan organik (Jager, 2000 ; Magnusson *et a*., 2001 ; Aertsens *et al*., 2009). Menurut Yin *et al*., (2010) Informasi atau pengetahuan yang mereka miliki sebelumnya dapat mempengaruhi sikap seseorang. Sikap terbentuk dari dua komponen utama yaitu keyakinan dan evaluasi.

Menurut Fisbein dan Ajzen (1975), semakin positif keyakinan dari individu, maka akan semakin positif juga sikap individu tersebut, demikian juga sebaliknya. Salah satunya adalah terjadi perbedaan sikap yang dapat dilihat dari umur konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Magnusson *et al*., (2001) juga menyatakan bahwa terdapat perbedaan sikap anatara konsumen di kalangan anak muda yang cenderung membeli makanan organik dengan memperhatikan aspek kesehatan dan aspek lingkungan sedangkan orangtua cenderung hanya pada aspek kesehatan. Pengetahuan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan sikap konsumen terhadap makanan organik. Oleh karena itu, diyakini bahwa konsumen yang memiliki pengetahuan yang baik tentang makanan organik lebih cenderung memilih makanan yang diproduksi secara organik (Gracia & Magistris, 2007 ; Saleki, Seyedsaleki, & Rahimi, 2012)

Situasi seperti ini menunjukkan pentingnya studi tentang perilaku konsumen, khususnya sikap untuk membeli makanan organik di Kota Malang. Berdasarkan dampak faktor – faktor yang mempengaruhi sikap konsumen yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan, dan Kesadaran Kesehatan terhadap Sikap Pembelian (Survei pada Konsumen Makanan Organik di Kota Malang"

TINJAUAN PUSTAKA

Pengetahuan *(knowledge)*

Menurut Notoatmodjo (2003) pengetahuan merupakan sebuah hasil dari tahu dan terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Sumarwan (2004), dalam Alawiyah (2015: 8) mendefinisikan pengetahuan konsumen sebagai segala informasi yang diketahui oleh konsumen tentang berbagai macam produk dan jasa, pengetahuan terkait dengan produk dan jasa tersebut serta informasi lain yang berkaitan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan organik merupakan kemampuan konsumen mengidentifikasi sejumlah konsep yang berkaitan dengan produk organik melalui informasi yang dimiliki konsumen (Magistris & Gracia,2008 ; Chen & Lau, 2000). Pengetahuan yang diketahui konsumen tentang makanan organik dapat berupa produksi makanan organik, efek positif terhadap kesehatannya dan bahan alami atau kealamian makanan organik.

Adapun aspek – aspek tentang pengetahuan menurut Sobur (2003) adalah sebagai berikut.

1) Pengetahuan (*Knowledge*)
2) Penelitian (*Research*)
3) Sistematis (*Systematic*)

Faktor – faktor yang mempengaruhi pengetahuan

1) Umur
2) Pendidikan
3) Pekerjaan
4) Pengalaman
5) Sumber Informasi

Kesadaran lingkungan

Menurut Zheng (2010) dalam Eles dan Sihombing 2016 **"**Kesadaran akan lingkungan didefinisikan sebagai perilaku mental yang menggambarkan pengakuan individu, penilaian, dan kecenderungan berperilaku berkaitan dengan isu lingkungan". Kesadaran akan lingkungan terdiri dari empat komponen secara terpisah. Keempat komponen tersebut adalah kognitif, afektif, konatif, dan perilaku (Schaffrin, 2011). Lebih lanjut, mengacu pada Schaffrin (2011), komponen kognitif berhubungan dengan kepercayaan dan pengetahuan individu mengenai tanggung jawab serta solusi untuk masalah lingkungan.

Komponen afektif merupakan emosi dan evaluasi individu tentang baik buruknya dampak masalah lingkungan. Konatif dan perilaku dalam hal ini adalah hampir serupa. Kesadaran akan lingkungan merupakan elemen paling dasar yang mendorong perilaku pro lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. Secara umum, setiap orang pasti memiliki kesadaran akan lingkungan. Menurut Kata *et al.*, (2003) Kesadaran lingkungan mengacu pada keyakinan, sikap, dan tingkat kesadaraan yang individu pegang terhadap lingkungan .

Menurut (Potabenko,2004) dalam Renaldy (2014) ciri utama dari konsep kesadaran lingkungan, yaitu:

1. Peduli terhadap lingkungan
2. Memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi sumber kerusakan lingkungan
3. Memiliki pengetahuan lingkungan
4. Merasa bertanggung jawab dalam mencegah kerusakan lingkungan
5. Menentang kegiatan yang merusak lingkungan
6. Berkarya terhadap lingkungan
7. Bersedia ikut ambil bagian dalam kegiatan yang berkaitan dengan lingkungan.

Kesadaran kesehatan

Kesadaran kesehatan merupakan suatu kepedulian dan perhatian untuk menjadi lebih baik dan termotivasi dalam memperbaiki, mempertahankan, menjaga kesehatan dan kualitas hidup dengan menerapkan pola hidup sehat (Michaelidou dan Hassan, 2008). Adapun Menurut (Kaynak dan Sevgi, 2014) dalam (Eles dan Sihombing 2016) Kesadaran akan kesehatan merupakan konsep yang merefleksikan kesiapan seseorang untuk melakukan sesuatu bagi kesehatannya. Bentuk kesadaran akan kesehatan berkaitan dengan dua hal, yaitu konsumsi makanan dan aktivitas fisik (Divine dan Lepisto, 2005).

Kesadaran kesehatan telah diidentifikasi sebagai salah satu faktor motivasi utama dalam mengkonsumsi makanan berkelanjutan, seperti makanan organik dan lokal (Frash, DiPietro, & Smith, 2015; Kim, Eves, & Scarles, 2009; Michaelidou & Hassan, 2008). Dalam penelitian seblumnya (Yang, 2014 ; Irianto 2015 ; Bashaa, 2015 ; Singh dan Verma, 2017 ; Setiawati, 2018; Nguyen *et al*., 2019 ; Ruswanti *et al*.,) dapat disimpulkan bahwa kesadaran kesehatan merupakan faktor yang mempengaruhi sikap positif seseorang dalam pembelian makanan organik,sehingga kesadaran kesehatan berpengaruh terhadap sikap konsumen pada pembelian makanan organik.

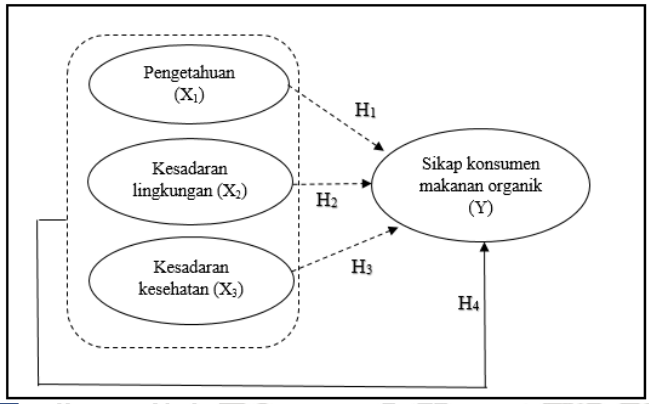
Sikap (*Attitude*)

Derajat Sikap (Attitude) adalah evaluasi baik atau buruk individu pada objek atau produk (Ajzen, 1991). Sikap adalah kelompok keyakinan dan perasaan yang melekat tentang objek tertentu dan kecenderungan untuk bertindak terhadap objek tersebut dengan cara tertentu (Sobur, 2003 : 359). Pengertian sikap yang dikemukakan Kotler dan Amstrong (2014) adalah evaluasi seseorang yang konsisten akan rasa suka maupun tidak suka, perasaan, dan tendensi, terhadap suatu objek atau ide. Selanjutnya Menurut Sarwono (2009 : 201) sikap (*attitude*) adalah istilah yang mencerminkan rasa senang, tidak senang, atau perasaan biasa-biasa saja (netral) dari seseorang terhadap sesuatu. Menurut Allport (1954) yang dikutip oleh Soekidjo Notoatmodjo (2003 : 125), menjelaskan bahwa sikap mempunyai 3 komponen pokok, yaitu:

a. Kepercayaan, ide, dan konsep terhadap suatu objek
b. Kehidupan emosional atau evaluasi terhadap objek
c. Kecenderungan untuk bertindak

Konsep teori tindakan beralasan dan perilaku terencana menjelaskan bahwa sikap merupakan prediktor yang akurat bagi pelaku melalui variabel niat. Terbentuknya niat berperilaku dapat diterangkan dengan teori perilaku terencana yang mengasumsikan bahwa manusia selalu mempunyai tujuan dalam berperilaku (Fishbein & Ajzen, 1975). Sikap merupakan komponen utama bagi pembentukan niat.

Hipotesis



Gambar 1. Model Hipotesis

H_1: Variabel Pengetahuan berpengaruh Signifikan secara Parsial terhadap Sikap Konsumen makanan organik.

H_2: Variabel Kesadaran Lingkungan berpengaruh Signifikan secara Simultan terhadap Sikap Konsumen makanan organik.

H_3: Variabel kesadaran Kesehatan berpengaruh Signifikan secara Parsial terhadap Sikap konsumen makanan organik.

H_4: Variabel Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan dan Kesadaran Kesehatan berpengaruh Signifikan secara Simultan terhadap Sikap Konsumen makanan organik.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di UB *sport center*,lapangan rampal,taman singha Merjosari dan *car free day* Jl. Ijen, Kota Malang, Jawa Timur. Kuesioner dibagikan kepada responden yang telah selesai dalam melakukan latihan fisik (berlari,bersepeda, *fitness*). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarkat yang berdomisili di Kota Malang yang mengetahui tentang makanan organik dan pernah mengkonsumi makanan organik. Didapat sampel 170 orang responden dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 : Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.579[a]	.336	.323	3.03701

Sumber : Data Diolah, 2019

Tabel 2 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Koefisien						
Variable		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.078	2.931		3.097	.002
	PENGETAHUAN	.283	.079	.265	3.583	.000
	KESADARAN LINGKUNGAN	.403	.088	.369	4.589	.000
	KESADARAN KESEHATAN	.072	.102	.059	.710	.479

Sumber : Data Diolah, 2019

Tabel 3 : Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	773.061	3	257.687	27.938	.000[b]
	Residual	1531.086	166	9.223		
	Total	2304.147	169			

Sumber : Data Diolah, 2019

Pengaruh pengetahuan (X_1) terhadap sikap konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji analisis linier berganda dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan (X_1) mempengaruhi variabel sikap konsumen (Y). Dalam penelitian ini, variabel pengetahuan mengenai makanan organik memiliki empat indikator, yaitu memahami pengetahuan makanan organik, *self report* pengetahuan makanan organik, memiliki informasi yang cukup tentang makanan organik, dan memahami tanda atau ciri makanan organik. Rata – rata skor dari setiap indikator masuk kedalam kategori skor yang tinggi, adapun skor tertinggi terdapat pada indikator pertama, yaitu memahami pengetahuan makanan organik yang terdapat dua item pernyaatan. Dari kedua item tersebut skor tertinggi terdapat pada item kedua yang menyatakan bahwa "saya mengetahui bahwa makanan organik bebas dari bahan kimia berbahaya".

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa dengan mengetahui makanan organik bebas dari bahan kimia berbahaya dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap makanan organik. Pengetahuan makanan organik mencakup apa yang diketahui konsumen tentang makanan organik yang terdapat pada item pernyataan pada kuesioner. Adapun faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang menurut Sobur (2003) seperti umur, pendidikan, pekerjaan, pengalaman, dan sumber informasi. Pengetahuan berperan penting dalam membentuk presepsi dan sikap

konsumen terhadap makanan organik. Sesuai dengan hasil yang telah dipaparkan dapat diketahui bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen baik pengetahuan secara objektif maupun subjektif di Kota Malang mengenai makanan organik, maka semakin baik sikap konsumen terhadap makanan organik begitupula sebaliknya.

Sikap dibentuk dari sebuah kepercayaan dan evaluasi terhadap suatu perilaku. Keyakinan dan evaluasi didasarkan dari berbagai pertimbangan melalui pengetahuan yang dimiliki konsumen. Sikap seseorang cendenrung berubah sesuai dengan perubahan tingkat pengetahuannya (Artsens *et al*., 2009). Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Chryssochoidis, (2000); Padel dan Foster, (2005), Stobbelaar *et al*., (2007) dalam Yang (2014) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan konsumen tentang makanan organik, maka dapat meningkatkan sikap positif mereka terhadap makanan organik. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitan sebelumnya yang dilakukan oleh Yang , 2014 ; Singht *et al*., 2017 ; Ruswanti *et al*., 2019 ; dan Nguyen *et al*., 2019).

Pengaruh kesadaran lingkungan (X2) terhadap sikap konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji analisis linier berganda dapat diketahui bahwa variabel kesadaran lingkungan (X2) mempengaruhi variabel sikap konsumen (Y) secara signifikan. Dalam penelitian ini, variabel kesadaran lingkungan memiliki empat indikator, yaitu melindungi dan melestarikan lingkungan, melakukan sesuatu untuk lingkungan, mengelompokkan sampah sesuai jenisnya sebelum dibuang, dan menggunakan produk ramah lingkungan. Rata – rata skor dari setiap indikator masuk kedalam kategori skor tinggi, adapun skor tertinggi terdapat pada indikator pertama, yaitu melindungi dan melestarikan lingkungan yang terdapat dua item pernyaatan. Dari kedua item tersebut skor tertinggi terdapat pada item pertama yang menyatakan bahwa kelestarian lingkungan sangat penting.

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa dengan menganggap bahwa kelestarian lingkungan sangat penting, maka dapat mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang pro terhadap lingkungan dalam kehidupan sehari – hari. Salah satu perilaku pro lingkungan yang dapat di terapkan adalah dengan mengkonsumsi makanan organik. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa masyarakat Kota Malang memiliki kesadaran yang tinggi terhadap lingkungan, sehingga hal ini mendorong mereka dalam membentuk sikap yang positif terhadap makanan organik yang pada akhirnya memotivasi untuk mengkonsumsi atau membeli.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Aman *et al.*, (2012) bahwa kesadaran akan lingkungan dapat mendorong seseorang untuk memiliki sikap yang positif terhadap makanan organik. Dari teori yang dikemukakan oleh Vindigni *et al*., 2002 : Tarkianen dan Sundqvist, 2005 : Chen, 2009 ; Kim dan Chung, 2011 menyatakan bahwa kesadaran lingkungan mempengaruhi sikap konsumen untuk membeli makanan organik. Hasil penelitian ini didukung banyak penelitian sebelumnya (Irianto, 2015 : Basha, 2015 ; Nguyen *et al*., 2019 ; Setiawati, 2018 ; Elles *et al*., 2016) bahwa kesadaran akan lingkungan dapat berpengaruh terhadap pembentukan sikap positif konsumen yang akhirnya dapat memotivasi melakukan pembelian makanan organik. Semakin bertambah tingkat kesadaran seseorang akan lingkungan akan semakin tinggi sikap positifnya terhadap makanan organik, karena makanan organik dihasilkan dari pertanian organik yang dapat menjaga kelestarian lingkungan dan berkelanjutan.

Dalam penelitian ini kesadaran lingkungan menjadi pengaruh tertinggi dalam memengaruhi pembentukan sikap konsumen terhadap makanan organik. Namun, hasil ini tidak didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mingyan Yang (2014) yang menyatakan bahwa konsumen daging organik di Cina cenderung terlibat dalam masalah ramah lingkungan, namun hal tersebut tidak cukup bagi mereka untuk menentukan sikap positif terhadap makanan organik. Konsumen di Cina berpendapat bahwa banyak metode lain yang dapat dilakukan untuk melindungi lingkungan sekitar.

Pengaruh kesadaran kesehatan (X_3) terhadap sikap konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji analisis linier berganda diketahui bahwa variabel kesadaran kesehatan (X_3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel sikap konsumen (Y). Dalam penelitian ini, variabel kesadaran kesehatan memiliki empat indikator, yaitu kepedulian akan kesehatan, usaha dalam memilih makanan yang sehat, perhatian yang tinggi bahwa asupan makanan mempengaruhi kesehatan, dan penghargaan pada makanan sehat. Rata – rata skor dari setiap indikator masuk kedalam kategori skor

yang sangat tinggi, adapun skor tertinggi terdapat pada indikator pertama, yaitu kepedulian akan kesehatan, yang terdapat dua item pernyaatan. Dari kedua item tersebut skor tertinggi terdapat pada item pertama yang menyatakan bahwa kesehatan sangat penting dalam hidup. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan mengetahui kesehatan sangat penting maka dapat mendorong sikap positif terhadap makanan organik karena makanan organik merupakan makanan yang sehat, bebas dari bahan – bahan kimia berbahaya yang tidak baik bagi kesehatan.

Bagi konsumen makanan organik yang berada di Kota Malang kesadaran akan kesehatan tidak mempengaruhi sikap mereka terhadap makanan organik. hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tarkiainen dan Sundqvist yang secara mengejutkan menemukan bahwa kesadaran kesehatan tidak relevan dalam memprediksi sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik. Ada perbedaan hasil dilapangan dengan teori yang dikemukakan oleh Magnusson *et al.,* (2003) yang menyatakan bahwa konsumen yang sadar akan kesehatan akan menjadi peduli terhadap kandungan yang terdapat pada makanan yang akan menjadi kriteria dalam membeli produk makanan.

Dari hasil pertanyaan terbuka yang diisi oleh responden menyatakan bahwa *value* yang mereka dapatkan setelah makan makanan organik lebih mendorong mereka dalam mengkonsumsi makanan organik. Makanan organik memiliki dampak yang baik bagi kesehatan jika dikonsumsi secara rutin atau sering. Namun, Bagi konsumen yang jarang mengkonsumsi makanan organik akan beranggapan bahwa mengkonsumsi makanan organik tidak akan merubah sikap mereka terhadap pembelian karena tidak memiliki dampak apa – apa bagi kesehatan, sehingga tidak ada pengaruh yang signifikan antara kesadaran kesehatan dengan sikap positif terhadap makanan organik.

Pengaruh pengetahuan (X_1) kesadaran lingkungan (X_2), dan kesadaran kesehatan (X_3) terhadap sikap pembelian makanan organik.

Berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini, dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan, kesadaran lingkungan dan kesadaran kesehatan mempunyai pengaruh secara bersama – sama yang signifikan terhadap sikap konsumen. Berdasarkan hasil dalam penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pengetahuan, kesadaran lingkungan dan kesadaran kesehatan merupakan faktor yang menentukan sikap positif untuk membeli makanan organik. hal ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh (Vindigni *et al*., 2002 ; Tarkiainen dan Sundqvist, 2005 ; chen , 2009 ; kim dan chung 2011) bahwa kesadaran kesehatan dan lingkungan merupakan faktor utama yang menjadi penentu sikap positif untuk membeli makanan organik.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yang (2014) di Tiongkok faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap makanan organik adalah kesadaran kesehatan, dan pengetahuan konsumen. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kesadaran mereka akan kesehatan, semakin banyak pengetahuan atau pengalaman yang mereka peroleh, lebih positif keyakinan individu mereka berkenaan dengan efek yang baik dari mengkonsumsi makanan organik, hasilnya sikap mereka lebih positif. Dapat diartikan bahwa semakin banyak informasi yang diketahui atau dimiliki mengenai makanan organik, maka akan semakin mengarah pada sikap positif mengenai makanan organik. Sikap mengacu pada sejauh mana individu memiliki evaluasi penilaian baik atau buruk tentang perilaku yang bersangkutan. Hal tersebut dapat menciptakan sikap yang positif terhadap suatu produk.

Ada lima faktor yang memotivasi dalam pembelian makanan organik yakni, faktor rasa, keamanan, kesehatan, lingkungan dan etika (McEachern dan McClean, 2002), oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kesadaran kesehatan dan lingkungan menjadi salah satu motivasi utama untuk mendorong sikap positif terhadap makanan organik. Dari uraian yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat penegtahuan konsumen, semakin bertambahnya kesadaran mereka terhadap lingkungan dan kesehatan, maka akan mendorong timbulnya sikap positif terhadap makanan organik. Perbedaan perilaku konsumen dalam menentukan sikap terhadap makanan organik juga dipengaruhi oleh perbedaan gender dan usia.

Menurut Irianto (2015) wanita cenderung lebih memperhatikan kesehatan dan lingkungan. Begitupula dengan pengaruh usia, anak muda cenderung memperhatikan aspek kesehatan dan lingkungan, sedangkan orangtua hanya memperhatikan aspek kesehatan (Magnusson et al., ; 2011).Berdasarkan uraian tersebut dapat dilihat pada hasil penelitian ini, rata –rata konsumen makanan organik di Kota Malang merupakan kalangan anak muda dan lebih didominasi oleh wanita. Dengan tingkat pendidikan terakhir SMA atau yang sederajat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pengetahuan berpengaruh signifikan, terhadap sikap konsumen makanan organik. hal ini sesuai dengan item dengan *mean* tertinggi yaitu "Saya mengetahui bahwa makanan organik memiliki banyak manfaat bagi kesehatan dan lingkungan" seseorang yang memiliki pengetahuan mengenai manfaat makanan organik maka mereka akan memiliki sikap positif terhadap makanan organik, karena dengan mengkonsumsi makanan organik mereka akan mendapatkan manfaat yang baik.
2. Kesadaran Lingkungan berpengaruh signifikan, terhadap sikap konsumen mkanan organik. Hal ini sesuai dengan *mean* item tertinggi yaitu " menurut saya kelestarian sangat penting" seseorang yang beranggapan bahwa kelestarian sangat penting maka akan mendorong mereka untuk melakukan sesuatu yang pro lingkungan. dapat diketahui bahwa makanan organic merupakan makanan yang dihasilkan dari pertanian yang ramah lingkungan maka hal ini dapat mendukung sikap positif seseorang terhadap makanan organik.
3. Kesadaran Kesehatan tidak berpengruh signifikan, terhadap sikap konsumen. Hal ini sesuai dengan *mean* item yaitu "menurut saya kesehatan sangat penting dalam hidup". seseorang yang beranggapan bahwa kesehatan sangat penting dalam hidup akan melakukan sesuatu untuk kesehatannya, yakni makan makanan yang bergizi dan berolahraga. Bagi mereka sayur dan buah merupakan makanan yang sehat tanpa harus melihat keorganikannya. Selain itu berlatih fisik merupakan kegiatan yang dapat dilakukan untuk menjaga kesehatan.
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel pengetahuan, kesadaran lingkungan, dan kesadaran kesehatan terhadap sikap konsumen, hal ini dibuktikan dari hasil pengujian f-test yang telah dilakukan. Dapat diketahui bahwa besar nilai f-test mendukung hipotesis bahwa pengetahuan, kesadaran lingkungsn dan kesadaran kesehatan berpengaruh secara simultan sikap konsumen dalam pembelian makanan organik.

Saran

1. Saran Praktis
   a. Bagi Masyarakat
      Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kesadaran akan kesehatan perlu ditingkatkan lagi khususnya di Kota Malang, mereka sadar bahwa kesehatan merupakan hal yang penting, namun aksi nyata dari kesadaran mereka masih perlu untuk diterapkan mulai usia dini. Melihat bahwa makanan organik memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan, lahirnya berbagai macam penyakit berbahaya disebabkan oleh makanan yang kita makan, sehingga untuk menghindari kandungan berbahaya yang masuk kedalam tubuh, perlu untuk menerapakan pola hidup sehat dengan sesering mungkin dalam mengkonsumsi makanan organik.
   b. Bagi pemerintah
      Kerjasama dengan berbagai lembaga, seperti lembaga kesehatan dengan membuat program tes kesehatan seperti tes darah untuk mengetahui residu berbahya yang terkandung dalam tubuh, memberikan pelatihan dan mengkampanyekan kepada para petani untuk menuju pertanian organik dapat dilakukan, sehingga membuat pertanian organik semakin berkembang dan hasil makanan organik semakin melimpah. Dengan demikian, hal tersebut dapat memudahkan konsumen untuk mengkonsumsi makanan organik karena ketersediannya yang tidak hanya di supermarket atau restoran. Adapun yang perlu dilakukan oleh pemerintah adalah melakukan kegiatan kampanye yang mengedukasi terhadap masyarakat khususnya generasi muda untuk memulai mengkonsumsi makanan organik demi terciptanya kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan angka harapan hidup.
   c. Bagi Pelaku Bisnis
      Pelaku bisnis makanan organik harus memperluas pasarnya tidak hanya masuk kedalam pasar modern atau restoran. Banyak berbagai media yang dapat digunakan di era saat ini baik online maupun offline. Para pelaku bisnis makanan organik dapat menjual nya melalui sosial media, atau masuk kedalam komunitas sehat karena banyak masyarakat yang belum menyadari akan keberadaan makanan organik. Pelaku bisnis juga dapat membuat inovasi baru seperti membuat olahan makanan organik yang siap untuk dikonsumsi seperti salad, jus buah atau sayur organik dan lain sebagainya.

2. Saran Akademis

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, oleh karenanya untuk penelitian serupa selanjutnya dapat mengembangkan beberapa aspek dari penelitian ini, seperti mengembangkan produk organik secara keseluruhan, karena dalam penelitian ini hanya membahas mengenai produk organik dalam bentuk makanan, sehingga makanan organik tidak dapat mewakili produk organik lainnya. Metode dapat dikembangkan dengan menggunakan metode wawancara untuk mendapatkan informasi yang lebih luas, selain itu dalam penelitian ini peneliti tidak membahas pengaruh sikap yang seharusnya dapat ditambahkan variabel hingga keputusan pembelian, dan dapat ditambahkan variabel yang lebih banyak yang relevan untuk menambahkan hasil temuan seperti *value*, harga, dan niat beli. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas jangkauan lokasi penelitian dan memperbanyak jumlah sampel sehingga lebih mewakili populasi.

DAFTAR PUSTAKA

Aertsens,J., Verbeke, W., Mondelaers, K., & Huylenbroeck,G.V.2009. Personal Determinants of Organic food Consumption : A Review. *British Food Journal*, 111(10), 1140-1167.

Alawiyah, Irma. 2013. *Pengetahuan, Sikap, dan Niat Beli Mahasiswa terhadap makanan Organik* : Pendekatan Theory Of Planned Behavior. Bogor

Bashaa, M.B., dkk. 2015. Consumers Attitude Towards Organic Food. *Journal of Procedia Economics and Finance* . 31 : 444 – 452

Chen, Mei-Fiang (2009), Persepsi terhadap Makanan Organiks among Taiwanese as related to Health Consciousness, Environmental Concerns, and the mediating effects of a healthy lifestyle, *s*, Vol. 111 No. 2, pp 165-178

Cheng, H., Kotler, P., & Lee, N.R. (2011). *Social Marketing for Public Health*. Jones and Bartlett Publishers. Sudburry, Massachusetts.

Divine, R. L. & Lepisto, L. (2005). Analysis of the Healthy Lifestyle Consumer. *Journal of Consumer Marketing*, 22(5), 275-283

Elles, S.F. dan Sihombing, S.O. 2016. Determinan Niat Beli Makanan Organik : Sikap untuk membeli sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 6 (3) :313-332

Fishbein, M., dan I. Ajzen, I. 1975. *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. MA: Addison-Wesley.

Gupta, S. & Ogden, D.T. 2009. To buy or not to buy? A social dilemma perspective on green buying. *Journal of Consumer Marketing*. 26(6): 376 -391

Gracia, A., & Magistris, T. d. 2007. Organic Food product purchase behaviour: a pilot study for urban consumers in the South of Italy. *Spanish Journal of Agricultural Research*, 5(4), 439-451.

Irianto, H. 2015. Consumers' Attitude and Intention Towards Organic Food Purchase: An Extension of Theory of Planned Behavior in Gender Perspective. *International Journal of Management, Economics, and Social Sciences*, 4(1), 17-31.

Jager, W. 2000. *Modelling Consumer Behavior*, Groningen: University of Groningen

Jia, NX, Liu, HF, Wang, XP and Liu, Y. 2002. Discussion on the development of organic food, green food and hazard free food. *Journal of China Agricultural Resources and Regional Planning*. Vol. 23 No. 5 : 60-62.

Kaynak, R., & Sevgi, E. 2014. *Effects of Personality, Environemntal and Health Consciousness on Understanding The Anti-Consumptional Attitudes.* Procedia Social and Behavioral Sciences, 771-776.

Kim dan Chung (2011), Consumer purchase intention for organic personal care products, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 28 No. 1, pp 40-47

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. Essex, England : Pearson Education Limited

Ling,J.C.,Franklin, B.A.K., Lindsteadt, J.F.,& Gearson, S.A.N. 1992. Social Marketing : its place in public health.Annual Review of Public Health, 13, 341-362.

Magnusson, MK, Arvola, A., Hursti, UKK, Åberg, L. and Sjödén, PO. 2001. Attitudes towards organic foods among Swedish consumers, *British food journal*, Vol. 103 No. 3 : 209-227

Michaelidou, N., & Hassan, L. 2008. The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intentions Towards Organic Food. *International Journal of Consumer Studies*, 32, 163- 170.

Nguyen, H.V. dkk. 2019. Organic Food Purchases in an Emerging Market: The Influence of Consumers' Personal Factors and Green Marketing Practices of Food Stores. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. Vol 16(1037) : 1-17

Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta. Jakarta.

Ruswanti, E. Dkk. 2019. Influence of Healthy Awareness, Organic knowledge, Safety Consumption, Attitude to the Organic Product. *Journal of Economic and Business*.

Saleki, Z. S., Seyedsaleki, S. M., & Rahimi, M. R. 2012. Organic Food Purchasing Behaviour in Iran. *International Journal of Business and Social Science*, 3(13), 278-285

Schaffrin, A. 2011. No Measure Without Concept. A Critical Review on the Conceptualization and Measurement of Environmental Concern. International Review of Social Research, 1(3), 11-31.

Setiawati, H. Dkk. 2018. Analysis on Intention of Purchasing Organic Foods by The Undergraduate Students of IPB Using The Theory of Planned Behavior Approach. *Journal of Management and agribusiness*. Vol 5(2) : 198-207.

Singh, A dan Verma, P. Factors influencing Indian consumers' actual buying behaviour towards organic food products. *Journal of Cleaner Production*. Vol 167 : 473-483.

Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

Sumarwan U. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : PT Ghalia Indonesia.

Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2005). Subjective Norms, Attitudes and Intentions of Finnish Consumers in Buying Organic Food. *British Journal Food*, 107(11), 808-822.

Vindigni, G., Janssen, M.A. & Jager, W. (2002). Organic food consumption: A multi-theoretical framework of consumer decision making, *British Food Journal* , 104(8): 624-642.

Waskito, M. D. Ananto, Z, dan Rezza A. S.P. 2014. Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik Di Yogyakarta. *Jurnal Pelita* Volume IX. No.1

Yin, S., Wu, L., Du, L. and Chen, M. .2010. Consumers' purchase intention of organic food in China. *Journal of the Science of Food and Agriculture*. Vol. 90 No.8 : 1361-1367

Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2005). Subjective Norms, Attitudes and Intentions of Finnish Consumers in Buying Organic Food. British Journal Food, 107(11), 808-822.

Internet

Angka Stunting Tertinggi Jatim di Kota Malang, Gubernur Khofifah Ingatkan Ini, 2019.https://www.malangtimes.com/baca/43568/20190904/102000/angka-stunting-tertinggi-jatim-di-kota-malang-gubernur-khofifah-ingatkan-ini (diakses pada tanggal 16 Oktober 2019)

Pertumbuhan Pangan Organik Nasional Hanya 5 Persen http://www.indonesiaorganic.com/indonesia-news/pertumbuhan-pangan-organik-nasional-hanya-5-persen-suaramerdeka diakses pada tanggal 10 November 2019