

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

*Trend* gaya hidup sehat yang mulai banyak diterapkan dan jadi topik pembahasan dalam beberapa tahun belakangan. Selain berolahraga, pola konsumsi makanan menjadi salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk menjaga kesehatan lewat pemenuhan kebutuhan nutrisi harian yang seimbang. Masyarakat mulai meninggalkan makanan tinggi kalori dan tinggi lemak. Hal ini untuk menjaga Kesehatan tubuh agar tidak mudah sakit. Selain itu, Program Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yaitu GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) juga menjadi pemicu masyarakat untuk melakukan pola hidup sehat (Kemenkes RI, 2016).

Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) merupakan gerakan nasional yang diprakarsai oleh Presiden RI yang lebih mengutamakan upaya preventif dan promotif, tanpa menghilangkan upaya kuratif dan rehabilitatif dengan melibatkan seluruh komponen bangsa dalam memasyarakatkan paradigma sehat. Dalam rangka menyukseskan program GERMAS, tidak bisa hanya mengandalkan peran sektor kesehatan saja, tetapi peran Kementerian dan Lembaga di sektor lainnya juga turut menentukan, serta didukung oleh peran serta seluruh masyarakat. Mulai dari individu, keluarga, dan lapisan masyarakat dalam mempraktikkan pola hidup sehat, akademisi, dunia usaha, organisasi kemasyarakatan, dan organisasi profesi dalam menggerakkan anggotanya untuk berperilaku sehat serta pemerintah baik di tingkat pusat maupun daerah dalam menyiapkan sarana dan prasarana pendukung, memantau dan mengevaluasi pelaksanaannya (Soleman & Noer, 2017).

Efek berbahaya dari pertanian konvensional telah meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat, termasuk dalam pemilihan pangan yang lebih sehat seperti beras organik. Beras organik merupakan salah satu produk pertanian yang semakin diminati oleh konsumen karena dianggap lebih aman, menyehatkan, dan memiliki nilai gizi lebih tinggi dibandingkan beras non-organik. Hal ini sejalan dengan *International Federation of Organic Agriculture Movements* (IFOAM) (2018) yang menyatakan bahwa tujuan utama pertanian organik adalah menyediakan produk yang aman bagi kesehatan petani dan konsumen serta tidak merusak lingkungan.

Hasil pertanian organik memiliki beberapa keunggulan seperti lebih aman secara kimiawi, menyehatkan tubuh, memiliki gizi yang lebih, memiliki rasa yang lebih renyah dan umumnya memiliki daya tahan yang lebih lama. Keunggulan produk organik tersebut banyak diminati masyarakat seiring dengan meningkatnya kesadaran akan bahayanya dampak produk non-organik. Menurut survei terbaru yang dilakukan oleh Aliansi Organik Indonesia (AOI) (2023), kesadaran konsumen akan pentingnya gaya hidup sehat dan pangan yang aman telah mendorong peningkatan permintaan akan produk organik. Pada tahun 2022, beras organik tetap menjadi salah satu komoditas yang paling banyak dicari oleh konsumen. Sayuran, buah, dan beras organik menjadi produk segar yang paling sering dibeli oleh konsumen melalui lokapasar daring, dengan persentase berturut-turut untuk sayuran (55%), buah (47%), dan beras organik (33%).

Konsumen memilih produk organik utamanya karena aspek kesehatan. Peningkatan konsumsi ini juga berbanding lurus dengan adanya peningkatan luas area pertanian organik secara keseluruhan di Indonesia. Pada akhir tahun 2022, luas lahan beras organik tercatat sebesar 4.766,107 Ha. Selain itu, jumlah petani yang terlibat dalam pembudidayaan beras organik juga meningkat menjadi 12.752 orang pada akhir tahun 2022, naik dari 7.398 petani pada tahun 2019. Jumlah operator pemasaran produk organik juga mengalami peningkatan signifikan, dari 9 operator pada tahun 2019 menjadi 48 operator pada tahun 2022. Begitu pula dengan jumlah operator produk olahan organik yang meningkat dari 50 pada tahun 2019 menjadi 99 pada tahun 2022, dan operator pupuk organik yang naik dari 88 menjadi 124 dalam periode yang sama.

Meningkatnya kesadaran tersebut menjadikan gaya hidup sehat sebagai tren baru yang telah diterapkan di beberapa kota besar dimana masyarakatnya mulai mengerti akan dampak negatif dari penggunaan bahan kimia pada produk pertanian. Tren ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah petani yang mengelola pertanian organik, meningkatnya toko organik di supermarket dan rumah makan, meningkatnya organisasi pecinta organik, serta berdirinya berbagai Lembaga Sertifikasi Organik (LSO) (Liliyah, 2018). Selain itu, pemerintah juga mendukung adanya tren hidup sehat dengan adanya program “*Go Organic*” dengan mendirikan 1000 desa organik. Program tersebut menitikberatkan pada pengembangan desa

organik dengan tujuan untuk meningkatkan kemandirian pangan dan ditargetkan terpenuhi pada tahun 2020 (Kementan Dirjen Tanaman Pangan, 2016).

Beras organik adalah beras yang telah mendapatkan sertifikasi dan standarisasi dari badan yang telah ditunjuk. Lembaga standarisasi pertanian organik adalah Standar Internasional (standar IFOAM), *National* dan *Supranational Regional* dan Standar Organik Indonesia yaitu dari Departemen Pertanian yang tertuang dalam SNI 01-6729-2002 (IFOAM *Conference Calendar*, 2005). Dengan adanya standarisasi organik tersebut maka produk-produk pertanian organik akan dapat diterima oleh konsumen. Standar organik yang dimaksudkan di sini adalah produk pertanian yang dihasilkan oleh pertanian yang menggunakan sistem produksi pertanian terpadu secara alami, dengan cara mengoptimalkan kesehatan dan produktivitas agroekosistem (ekosistem pertanian), sehingga menghasilkan pangan dan serat yang cukup, berkualitas, dan berkelanjutan. Menurut Purwantini (2019), sistem produksi pertanian organik harus memenuhi standar internasional yang mencakup aspek produksi, sertifikasi, dan jaminan mutu produk organik. Standar ini mencakup berbagai tahapan dari proses produksi hingga pemasaran agar produk organik dapat diakui secara global dan memenuhi ekspektasi konsumen. Dengan sertifikasi yang ketat, produk organik dapat dipastikan memiliki kualitas yang baik dan aman untuk dikonsumsi masyarakat luas.

Kesumadewi *et al.* (2020) menekankan bahwa dalam sistem pertanian organik, aspek lingkungan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan. Tanah pertanian organik harus bebas dari kontaminasi bahan kimia berbahaya seperti pestisida sintetik dan pupuk non organik. Selain itu, sistem pengairan juga harus dijaga agar tidak terkontaminasi oleh sumber air yang tercemar. Keberlanjutan ekosistem dan keberadaan lahan yang jauh dari polusi industri serta emisi kendaraan bermotor menjadi syarat utama untuk menghasilkan produk pertanian organik yang berkualitas tinggi.

Tabel 1. Perbedaan Beras Organik dengan Beras Non Organik

| Karakteristik     | Beras Organik                                             | Beras Non Organik                                          |
|-------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Tekstur           | Agak kesat, tidak terlalu licin                           | Licin, lebih putih mengkilap                               |
| Aroma             | Tidak berbau kimia, memiliki aroma alami                  | Terkadang tercium bau kimia atau detergen                  |
| Kandungan Nutrisi | Mengandung lebih banyak serat, mineral, dan antioksidan   | Kandungan nutrisi lebih rendah akibat penggunaan pestisida |
| Rasa              | Lebih gurih dan sedikit manis jika dikunyah berulang kali | Hambar, tidak memiliki rasa khas                           |
| Ketahanan Nasi    | Lebih tahan lama setelah dimasak                          | Cepat basi                                                 |
| Residu Pestisida  | Bebas dari pestisida dan bahan kimia                      | Mengandung residu pestisida dari proses budidaya           |

Sumber :Ilham *et al.*, 2020

Beras organik dikemas dalam kantung atau karung plastik berlabel beras organik dan dijual dengan harga relatif lebih mahal dibanding beras biasa. Tingginya harga beras organik menyebabkan konsumennya pun merupakan kalangan terbatas, yaitu masyarakat yang mengerti keunggulannya dan bersedia membayar dengan harga lebih mahal (Sulistiyana *et al.*, 2014).

Tabel 2. Proyeksi Produksi dan Pasar Padi Organik di Indonesia (Ton)

| Tahun | Produksi | Kebutuhan Pasar |
|-------|----------|-----------------|
| 2020  | 68.500   | 110.000         |
| 2021  | 71.200   | 125.000         |
| 2022  | 74.100   | 140.500         |
| 2023  | 77.000   | 158.000         |
| 2024  | 80.500   | 175.000         |

Sumber: Banyuriatiga *et al.*, 2024

Meskipun produksi beras organik di Indonesia meningkat dari 68.500 ton pada tahun 2020 menjadi 80.500 ton pada 2024, pertumbuhan permintaan jauh lebih pesat. Kebutuhan pasar meningkat dari 110.000 ton menjadi 175.000 ton dalam periode yang sama. Tren ini menunjukkan bahwa produksi beras organik belum dapat memenuhi permintaan domestik, sehingga Indonesia masih menghadapi defisit suplai. Seiring dengan meningkatnya minat konsumen terhadap beras organik, semakin banyak pula tantangan dalam pemasaran beras organik yang dijumpai di pasar. *Workshop Beras Organik dan Pengembangan Pemasaran Beras Berlabel (Jaminan Varietas)* yang diselenggarakan oleh Dirjen Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian menjadi salah satu langkah untuk mendukung distribusi beras organik secara lebih luas.

Jawa barat merupakan provinsi dengan jumlah penduduk terbanyak di

Indonesia. Jumlah penduduknya jika merujuk pada data BPS saat ini mencapai 48.274.162 jiwa. Kebutuhan pangan dan tingkat konsumsi di Jawa Barat (BPS, 2020). Kota Tasikmalaya sebagai salah satu daerah di Jawa Barat juga menunjukkan peningkatan minat terhadap produk organik, termasuk beras organik. Dengan jumlah penduduk yang cukup besar serta kesadaran akan pola hidup sehat yang semakin berkembang, konsumsi beras organik di Kota Tasikmalaya mengalami tren peningkatan. Setidaknya ada banyak tempat yang menjual beras organik, diantaranya ada *Yogya Departement Store* Mitra Batik, *Yogya Departement Store* Hz, Plaza Asia, Transmart, dan Toko Sembako.

Salah satu pusat perbelanjaan yang menyediakan beras organik di Kota Tasikmalaya adalah Toserba Plaza Asia. Sebagai ritel modern yang populer di Tasikmalaya, Toserba Plaza Asia memiliki peran penting dalam menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat, termasuk beras organik. Ketersediaan beras organik di Toserba Plaza Asia menawarkan alternatif bagi konsumen yang mulai beralih ke pola konsumsi sehat. Selain itu, Toserba Plaza Asia juga memiliki daya tarik tersendiri sebagai salah satu pusat perbelanjaan yang secara lengkap menyediakan berbagai produk dalam satu tempat, sehingga memudahkan konsumen dalam memperoleh berbagai produk termasuk beras organik tanpa perlu mencarinya di toko khusus.

Namun, meskipun beras organik di Kota Tasikmalaya mudah didapat, jumlah konsumennya masih relatif kecil dibandingkan dengan total populasi. Berdasarkan data Dinas Ketahanan Pangan Kota Tasikmalaya (2022), konsumsi beras organik baru mencapai sekitar 5% dari total konsumsi beras masyarakat. Rendahnya tingkat konsumsi ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti harga yang lebih tinggi dibandingkan beras konvensional, ketersediaan yang terbatas di beberapa wilayah, serta kurangnya pemahaman masyarakat tentang manfaat beras organik. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi persepsi konsumen dalam memilih beras organik guna meningkatkan pangsa pasar produk ini.

Selain itu, karakteristik konsumen di Kota Tasikmalaya yang beragam juga turut memengaruhi pola konsumsi beras organik. Faktor demografis seperti tingkat pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan memainkan peran penting dalam keputusan

pembelian. Konsumen dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki kesadaran lebih besar terhadap pola makan sehat, termasuk memilih beras organik. Oleh karena itu, analisis terhadap karakteristik dan persepsi konsumen di Kota Tasikmalaya menjadi penting untuk membantu perusahaan dan pemerintah dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap konsumsi beras organik.

Meskipun minat akan konsumsi Beras organik meningkat, akan tetapi beras organik juga bersaing dengan beras non organik atau konvensional. Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen rentan melakukan perpindahan pembelian. Sehingga demi menjaga keberlanjutan penjualan perusahaan tidak sekedar dituntut menyajikan produk yang sesuai dengan *need and want* konsumen tetapi juga memahami *anxieties and desire* konsumen untuk dapat memuaskan konsumen secara berkelanjutan (Kartajaya, 2008) dengan demikian perusahaan harus memahami karakteristik dan persepsi konsumen.

Persepsi konsumen merupakan proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti (Kotler dan Keller, 2016). Konsumen sering kali memutuskan pembelian suatu produk berdasarkan persepsinya, sehingga memahami persepsi konsumen adalah penting bagi pemasar. Lebih lanjut Schiffman dan Kanuk (2019) juga menyatakan individu bertindak dan bereaksi berdasarkan persepsi mereka, tidak berdasarkan realitas dan obyektif. Jadi bagi pemasar, persepsi konsumen jauh lebih penting daripada pengetahuan mereka mengenai realitas obyektif.

Perbedaan karakteristik konsumen di Kota Tasikmalaya mencerminkan pentingnya analisis persepsi konsumen terhadap beras organik bagi Perusahaan/penjual, dan pemerintah sebagai bentuk upaya untuk meningkatkan dan mengevaluasi penjualan beras organik di Kota Tasikmalaya. Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh perusahaan dan pemerintah untuk meningkatkan konsumsi beras organik di Kota Tasikmalaya.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana karakteristik konsumen beras organik di Toserba Asia Mall Plaza Asia Tasikmalaya?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap atribut beras organik di Toserba Mall Plaza Asia Tasikmalaya?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen Beras Organik di Toserba Mall Plaza Asia Tasikmalaya.
2. Persepsi Konsumen terhadap atribut Beras organik di Toserba Plaza Asia Tasikmalaya.

### **1.4. Manfaat penelitian**

Beberapa manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk peneliti, penelitian ini menjadi sarana dalam mengaplikasikan ilmu dan keterampilan yang telah diperoleh selama perkuliahan serta memperdalam wawasan terkait perilaku konsumen terhadap beras organik.
2. Untuk perusahaan/penjual, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian dan referensi dalam menyusun strategi pemasaran beras organik yang lebih efektif guna meningkatkan daya saing dan minat konsumen untuk berbelanja di Toserba Plaza Asia Tasikmalaya.
3. Untuk pemerintah, penelitian ini dapat menjadi masukan dalam perumusan kebijakan di sektor pertanian, khususnya dalam mendukung pengembangan dan distribusi beras organik sebagai bagian dari program ketahanan pangan nasional.
4. Untuk masyarakat, penelitian ini memberikan wawasan mengenai manfaat beras organik dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk ini, sehingga dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya pola konsumsi sehat.