

BAB I. PENDAHULUAN

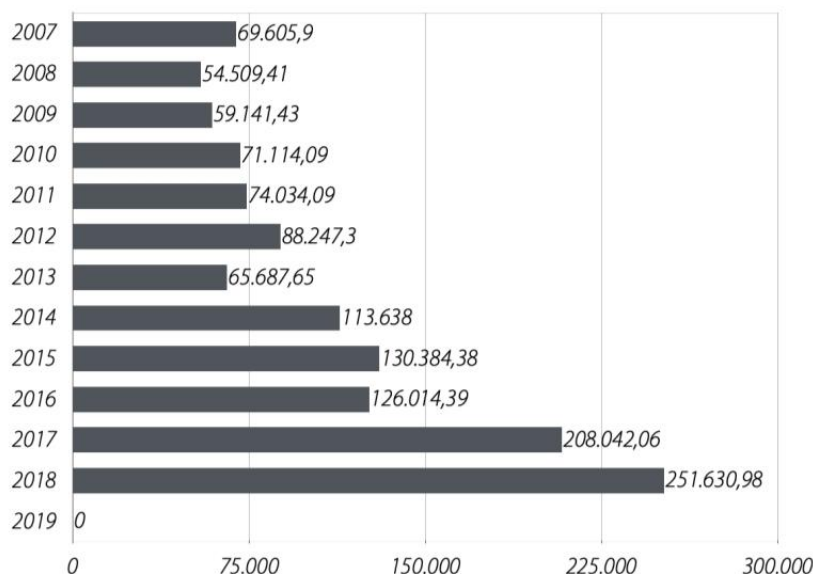
1.1.Latar Belakang

Dalam beberapa dekade terakhir, sektor pertanian pangan menghadapi tantangan besar terkait keberlanjutan dari aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi. Sejumlah praktik pertanian mulai mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan tersebut ke dalam model bisnis mereka (Lamonaca, 2022). Selain itu, pertumbuhan populasi manusia mendorong peningkatan permintaan pangan yang berkualitas dan aman untuk dikonsumsi.

Kualitas pangan kini menjadi perhatian utama di berbagai negara, termasuk negara berkembang, seiring dengan maraknya gaya hidup sehat di kalangan masyarakat. Hal ini tercermin dari meningkatnya kesadaran konsumen terhadap dampak negatif penggunaan bahan kimia dalam produksi pangan terhadap kesehatan dan lingkungan. Tren ini memengaruhi cara pandang konsumen terhadap makanan, yang kini tidak lagi hanya dianggap sebagai pemuas rasa lapar, melainkan juga terkait dengan isu kesehatan, lingkungan, dan kesejahteraan (Anggraeni, 2018).

Pangan organik berkembang sebagai alternatif untuk mengurangi dampak negatif penggunaan bahan kimia dalam proses produksi pertanian (IFOAM, 2019). Produk ini dihasilkan dari sistem budidaya yang menghindari penggunaan bahan kimia sintetis seperti pupuk dan pestisida, mulai dari pengolahan benih hingga tahap panen dan pasca panen. Melalui sistem tersebut, pangan organik dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan pangan yang aman, berkualitas, dan layak dikonsumsi, seiring dengan meningkatnya perhatian masyarakat terhadap mutu dan keamanan pangan.

Peningkatan minat terhadap produk organik mendorong bertambahnya lahan pertanian yang dikelola secara organik. Seiring dengan meningkatnya permintaan pasar, terjadi alih fungsi pengelolaan lahan dari sistem pertanian konvensional ke sistem organik. Lahan pertanian yang sebelumnya menggunakan input sintetis mulai dikonversi agar memenuhi standar organik. Luas lahan pertanian organik di Indonesia disajikan dalam gambar 1.



Sumber : (Organic Institute, 2023)

Gambar 1. 1 Jumlah Luas Lahan Pertanian Organik Indonesia (Ha) Per Tahun

Gambar 1 luas lahan pertanian organik di Indonesia dari tahun 2007 hingga 2018 cenderung meningkat. Pada tahun 2007, Indonesia memiliki 69.605,90 hektar lahan pertanian organik, kemudian pada tahun 2008 luas lahan pertanian organik menurun sebesar 21,69% menjadi 54.509,41 hektar. Pada tahun-tahun berikutnya, luas lahan pertanian organik sejak tahun 2012 mulai terlihat peningkatan signifikan, yaitu dari 88.247,30 hektar dan terus naik hingga mencapai 130.384,38 hektar pada tahun 2015. Setelah itu, lahan organik sempat mengalami penurunan pada tahun 2016. Pada tahun 2017, luas lahan kembali mengalami kenaikan menjadi 208.042,06 hektar, dan terus meningkat pada tahun 2018 hingga mencapai titik tertinggi sebesar 251.630,98 hektar. Peningkatan ini menunjukkan adanya perkembangan kapasitas dan aktivitas produksi pertanian organik di Indonesia.

Perkembangan pertanian organik di Indonesia mendorong peningkatan ketersediaan dan keberagaman komoditas pangan organik, khususnya sayuran. Kondisi ini tercermin dari banyaknya jenis sayuran yang telah dibudidayakan dengan sistem organik di berbagai wilayah di Indonesia (Hasanah dan Yanuar, 2024). Rincian komoditas sayuran organik tersebut disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Komoditas Sayuran Organik di Indonesia (2019–2023)

No	Komoditas	2019 (ton)	2020 (ton)	2021(ton)	2022 (ton)	2023 (ton)
1	Buncis	299.310	305.923	320.774	325.602	305.049
2	Bawang Merah	1.580.243	1.815.445	2.004.590	1.982.360	1.985.233
3	Bawang Putih	88.817	81.805	45.092	30.582	39.254
4	Bawang Daun	590.596	579.748	627.853	638.735	639.675
5	Bayam	160.306	157.024	171.706	170.821	170.688
6	Cabai Besar (Group)	1.214.418	1.264.190	1.360.571	1.475.821	1.554.498
7	Cabai Keriting	-	-	860.185	1.017.382	1.159.458
8	Cabai Besar/TW/Teropong	-	-	500.386	458.439	395.041
9	Cabai Rawit	1.374.215	1.508.404	1.386.447	1.544.441	1.506.762
10	Jamur (Group)	33.163	33.689	90.420	63.155	60.826
11	Jamur Lainnya	-	-	9.894	2.118	2.399
12	Jamur Merang	-	-	11.284	8.261	4.641
13	Jamur Tiram	-	-	69.243	52.776	53.787
14	Kembang Kol	183.815	204.238	203.385	192.121	175.073
15	Kubis	1.413.059	1.406.985	1.434.670	1.503.798	1.399.005
16	Kacang Merah	61.517	66.210	-	-	-
17	Kacang Panjang	352.695	359.158	383.685	360.871	309.422
18	Kangkung	295.556	312.336	341.196	329.616	322.083
19	Kentang	1.314.654	1.282.768	1.361.064	1.503.998	1.248.513
20	Lobak	24.247	24.902	-	-	-
21	Labu Siam	407.962	511.014	516.954	461.804	453.263
22	Paprika	19.357	17.822	12.665	20.997	20.473
23	Petsai / Sawi	652.723	667.473	727.467	760.608	686.876
24	Mentimun	435.973	441.286	471.941	444.057	416.728
25	Tomat	1.020.331	1.084.993	1.114.399	1.168.744	1.143.788
26	Terung	575.392	618.202	676.339	691.738	699.896
27	Wortel	674.633	650.858	720.090	737.965	668.178
28	Jengkol	96.926	129.143	152.609	155.909	157.157
29	Melinjo	238.419	255.985	292.167	262.405	224.168
30	Petai	310.100	350.638	387.691	444.277	421.141
Total Produksi		13.418.424	14.130.238	14.803.776	15.270.427	14.607.750

Sumber : (Organic Institute, 2023)

Tabel 1 menyajikan data produksi 30 komoditas sayuran utama di Indonesia selama periode 2019–2023. Secara umum, total produksi sayuran menunjukkan kecenderungan meningkat dari tahun 2019 hingga mencapai puncaknya pada tahun 2022, sebelum mengalami penurunan pada tahun 2023. Beberapa komoditas seperti bawang merah, cabai, kubis, kentang, dan tomat mendominasi volume produksi nasional, sedangkan sejumlah komoditas lain mengalami fluktuasi bahkan penurunan produksi. Selain itu, pencatatan produksi komoditas baru sejak tahun 2021 menunjukkan adanya diversifikasi jenis sayuran yang dibudidayakan, yang mencerminkan dinamika perkembangan sektor hortikultura nasional.

Di sisi konsumsi, peningkatan produksi sayuran, khususnya sayuran organik, berkorelasi dengan pola pengeluaran masyarakat yang terus berkembang. Hal ini tercermin dari data pengeluaran rumah tangga untuk kelompok sayur-sayuran yang menunjukkan tren meningkat. Di Provinsi Jawa Barat, rata-rata pengeluaran per kapita per bulan untuk sayur-sayuran mengalami kenaikan selama periode 2018–2021. Rincian rata-rata pengeluaran per kapita tersebut disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2 Rata-Rata Pengeluaran Konsumsi Sayuran setiap Kabupaten/Kota Jawa Barat (Rp/Kapita/Minggu) 2021-2018

	2018	2019	2020	2021
Bogor	9829,39	9278,44	10083,84	12518,2
Sukabumi	7351,23	8077,16	8348,94	10238,06
Cianjur	5795,29	6056,18	7804,39	9223,8
Bandung	6501,04	7355,17	7193,9	8731,78
Garut	6282,11	5118,88	6964,98	7327,31
Tasikmalaya	5226,68	5305,45	6262,93	7598,58
Ciamis	7064,19	6995,85	8379,61	10063,8
Kuningan	7963,29	7106,58	8669,42	12099,07
Cirebon	6308,28	5931,08	7453,57	7980,56
Majalengka	5672,5	6333,21	7670,97	9459,79
Sumedang	5743,08	6229,04	8524,15	9162,24
Indramayu	7432,68	8191,81	9657,06	11729,58
Subang	7614,88	6616,34	8063,58	10542,29
Purwakarta	7121,07	7276,73	8096,37	11070,52
Karawang	9654,02	8899,2	9887,3	11823,95
Bekasi	10684,59	11838,18	11941,31	17126,21
Bandung Barat	6092,1	6599,73	7893,65	7776,84
Pangandaran	9245,86	10177,05	10212,75	12672,07
Kota Bogor	10190,62	10216,7	11764,93	14542,61
Kota Sukabumi	7613,54	8872,82	9078,02	9918,92
Kota Bandung	9245,52	9496,98	10550	12477,09
Kota Cirebon	6192,88	7077,81	7934,4	10145,64
Kota Bekasi	12432,2	14009,58	17738,41	19579,42
Kota Depok	11444,84	11457,53	14623,03	17375,79
Kota Cimahi	8889,24	9209,27	10726,7	11489,63
Kota Tasikmalaya	5148,45	6196,68	6375,16	7472,22
Kota Banjar	9043,11	8033,98	9548,79	9890,48
Rata Rata	7.843,80	8.072,49	9.312,89	11.112,46

Sumber : BPS, 2022

Tabel 2, rata-rata pengeluaran per kapita per bulan untuk kelompok sayur-sayuran pada tahun 2021 mencapai Rp11.112,46. Angka tersebut menunjukkan peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp9.312,89. Kota Tasikmalaya, sebagai bagian dari Jawa Barat, menunjukkan potensi pasar yang masih berkembang untuk produk sayuran organik. Dengan jumlah penduduk 733.467 jiwa pada tahun 2022, dan rata-rata pengeluaran per kapita per bulan untuk sayur-sayuran pada tahun 2021 Rp7598,58, terdapat peluang strategis untuk pengembangan pasar sayuran organik di wilayah ini.

Perubahan gaya hidup masyarakat Tasikmalaya telah mendorong pergeseran preferensi konsumsi dari sayuran non-organik ke sayuran organik. Akibatnya, permintaan terhadap sayuran organik mengalami peningkatan yang signifikan. Kenaikan konsumsi ini mendorong ritel modern untuk membutuhkan pasokan sayuran organik dalam jumlah yang lebih besar. Ritel modern yang menyediakan produk sayuran organik di Kota Tasikmalaya salah satunya Asia Plaza. Anggraeni (2018) menunjukkan bahwa penelitian terkait sayuran organik umumnya memfokuskan kajian pada aspek perilaku dan preferensi konsumen, khususnya terkait perubahan persepsi terhadap pangan sehat. Penelitian yang secara khusus menganalisis faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis dalam keputusan pembelian sayuran organik pada ritel modern di Kota Tasikmalaya masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut

Perilaku konsumen merujuk pada tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam proses memperoleh serta menggunakan barang dan jasa ekonomi, termasuk dalam aktivitas pengambilan keputusan (Prakoso dkk., 2020). Perilaku ini menjadi topik yang menarik dan unik untuk diteliti, terutama dalam konteks keputusan konsumen saat membeli suatu produk atau layanan. Salah satu aspek penting dari perilaku konsumen yang berdampak besar terhadap aktivitas ekonomi adalah keputusan pembelian. Keputusan ini merupakan proses mempertimbangkan berbagai alternatif tindakan sebelum akhirnya memilih satu opsi untuk melakukan pembelian.

Karakteristik konsumen mencakup faktor-faktor seperti jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendidikan, dan pendapatan (Afma, 2021). Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu kebudayaan, sosial, personal, dan psikologis (Kotler, 2000). Menurut Qamariah dkk. (2023), kebudayaan memiliki pengaruh yang luas karena mencakup aspek seperti kultur, subkultur, dan kelas sosial yang membentuk nilai dan sikap konsumen terhadap produk. Faktor sosial, seperti kelompok referensi, keluarga, dan status sosial, juga memengaruhi cara seseorang mengambil keputusan pembelian. Faktor personal seperti usia, tahap siklus hidup, dan kondisi ekonomi memainkan peran penting dalam menentukan pilihan konsumen. Selain itu, faktor psikologis seperti motivasi dan persepsi turut membentuk keputusan pembelian sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen.

Penelitian oleh Pertiwi dkk. (2020) menunjukkan bahwa faktor psikologis, khususnya kesadaran kesehatan, berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih sayuran organik. Sementara itu, Siregar (2021) menemukan bahwa karakteristik konsumen seperti pendapatan dan tingkat pendidikan memiliki hubungan signifikan dengan kepuasan konsumen. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih menelaah faktor-faktor secara parsial dan belum mengintegrasikan aspek budaya, sosial, personal, dan psikologis dalam satu kerangka analisis keputusan pembelian. Selain itu, konteks lokasi dan jenis ritel modern juga berpotensi memengaruhi perilaku konsumen, namun hingga saat ini belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji keputusan pembelian sayuran organik pada ritel modern Asia Plaza Tasikmalaya. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian baik dari sisi pendekatan variabel maupun konteks empiris penelitian.

Keputusan pembelian merupakan tahapan akhir dari rangkaian proses perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dalam konteks konsumsi sayuran organik di Kota Tasikmalaya, penting untuk memahami bagaimana faktor budaya, sosial, psikologis, dan personal berperan dalam pengambilan keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan

gambaran yang lebih mendalam mengenai pengaruh keempat faktor tersebut terhadap keputusan pembelian produk sayuran organik di Asia Plaza Tasikmalaya..

1.2.Rumusan Masalah

1. Bagaimana faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Asia Plaza Tasikmalaya?
2. Bagaimana keputusan pembelian sayuran organik di Asia Plaza Tasikmalaya?
3. Apakah terdapat pengaruh antara faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis dengan keputusan pembelian sayuran organik di Asia Plaza Tasikmalaya baik secara simultan maupun parsial?

1.3.Tujuan Penelitian

1. Menganalisis faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Asia Plaza Tasikmalaya.
2. Menganalisis keputusan pembelian sayuran organik oleh konsumen di Asia Plaza Tasikmalaya.
3. Menganalisis pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Asia Plaza Tasikmalaya.

1.4.Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen, dengan menambah literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk organik, khususnya sayuran organik.

2. Manfaat Praktis

Bagi pelaku usaha atau produsen sayuran organik, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran sesuai dengan perilaku konsumen di Asia Plaza Tasikmalaya.

3. Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi produk organik untuk kesehatan dan lingkungan, serta mendorong terciptanya pola konsumsi yang lebih sehat di masyarakat.

4. Manfaat Akademik

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau dasar dalam melakukan penelitian lanjutan yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen terhadap produk pertanian organik di daerah lain.