

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Produk hortikultura merupakan salah satu komoditas pertanian yang prospektif untuk dikembangkan. Peluang pasar baik ekspor maupun domestik masih sangat luas cakupannya untuk memasarkan produk hortikultura. Tumbuhnya berbagai jenis pasar menjadikan kebutuhan akan produk hortikultura terus meningkat. Buah dan sayuran merupakan unsur penting bagi makanan yang sehat. Konsumsi buah dan sayur setiap hari bermanfaat untuk kesehatan tubuh karena tingginya kandungan berbagai vitamin dan mineral. Pertanian organik menjadi salah satu bagian dari sektor pertanian yang mendapat perhatian besar masyarakat di negara maju maupun negara berkembang seiring dengan perubahan pola hidup masyarakat yang lebih mementingkan kualitas kesehatan, baik kesehatan manusia maupun lingkungan. Sehingga, masyarakat menjadi semakin selektif dalam memilih sayuran yang akan dikonsumsi dengan harapan agar mendapat manfaat terbaik bagi tubuh (Ratih dkk., 2019).

Pertanian dan bahan kimia merupakan hal sudah tidak dapat dipisahkan. Penggunaan bahan kimia sebagai pupuk maupun pestisida merupakan hal yang umum dalam budidaya di bidang pertanian, namun ada banyak dampak negatif dalam penggunaan bahan kimia ini. Pertanian organik yang dipelopori oleh para pakar pertanian dinilai dapat mengurangi dampak negatif dari penerapan bahan kimia pada produk dan budidaya pertanian. Pertanian organik secara ekologi dinilai lebih ramah terhadap lingkungan sehingga selain dapat mencukupi kebutuhan pangan manusia namun juga terjamin keamanan untuk kegiatan

konsumsi. Produk pertanian organik merupakan produk pangan yang aman dikonsumsi karena tidak terjadi penggunaan bahan kimia dalam proses budidayanya melainkan menggunakan bahan alami. Karbohidrat, protein, zat besi, dan kalori merupakan sumber energi utama sebagian besar masyarakat Indonesia dengan karbohidrat sebagai sumber utama energi (Anggraeni dkk, 2022).

Sayuran adalah bahan makanan yang kaya akan vitamin, mineral, protein, dan juga serat. Setiap jenis sayuran memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri, seperti rasa yang lezat dan memiliki aroma yang khas. Sayuran hijau mengandung Vitamin A, Vitamin C, zat kapur, zat besi, zat magnesium dan fosfor yang dibutuhkan tubuh (Rashmi & Negi, 2020). Ada banyak sayuran hijau yang kurang dimanfaatkan dengan nilai gizi yang menjanjikan, yang dapat menyehatkan populasi manusia yang terus meningkat. Sayuran berdaun hijau penting untuk nutrisi penduduk terutama di negara berkembang Potensi dan banyaknya manfaat yang dimiliki sayuran menyebabkan permintaan terhadap sayuran mengalami kenaikan setiap tahunnya. Sayuran merupakan salah satu komoditas unggulan karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi dengan masa panen yang pendek dan permintaan pasar yang terbilang cukup tinggi (Kumar dkk, 2020).

Jumlah konsumsi sayur dan buah pada Tahun 2022 sebesar 237,5 gram/kapita/hari, masih lebih rendah dari target yang ditetapkan yaitu 286,9 gram/kapita/hari (82.78%). Kelompok sayur dan buah sangat penting peranannya dalam pencapaian kualitas sumberdaya manusia. Masih rendahnya konsumsi sayur dan buah tersebut lebih disebabkan karena kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya sumber vitamin dan mineral serta serat. Pada Tahun 2022 Badan

Pangan Nasional, khususnya Deputi Bidang Penganekaragaman Konsumsi dan Keamanan Pangan, telah melakukan upaya untuk meningkatkan ketersediaan, akses dan konsumsi sayur dan buah melalui kegiatan promosi penganekaragaman konsumsi pangan, pengembangan Desa Beragam, Bergizi, Seimbang dan Aman (B2SA), serta pengembangan Dapur Beragam, Bergizi, Seimbang dan Aman (B2SA). Sosialisasi konsumsi sayur dan buah untuk mengedukasi masyarakat akan pentingnya konsumsi sayur dan buah dilakukan melalui promosi cara baru dan cara asik makan sayur, antara lain melalui pemberian jus buah dan sayur di berbagai kegiatan Badan Pangan (Badan Pangan Nasional, 2023).

Upaya meningkatkan konsumsi sayur dan buah masih perlu mendapatkan dukungan dari lintas sektor terkait, karena preferensi dan tingkat konsumsi buah dan sayur terkait erat dengan faktor-faktor lain, diantaranya edukasi, gaya hidup dan pola makan (*food habit*), tingkat pendapatan dan daya beli masyarakat. Konsumsi sayur dan buah masyarakat berkaitan erat juga dengan distribusi sayur dan buah antara wilayah sentra produksi dan di luar sentra produksi yang berpengaruh terhadap harga komoditas tersebut. Masyarakat akan lebih memprioritaskan kebutuhan karbohidrat terlebih dahulu sebagai sumber energi (beras) ketimbang buah dan sayuran sebagai sumber vitamin dan mineral (Badan Pangan Nasional, 2023).

Pemasaran sayuran pada saat ini berpeluang pada pasar swalayan, *supermarket* dan outlet khusus yang merupakan pasar modern yang menjual sayuran segar dimana konsumen kelas menengah ke atas sebagai sasaran yang akan dituju, yang biasa membeli kebutuhan mereka berupa sayuran. Sayuran

tersebut dijual dengan harga yang relatif lebih mahal dibandingkan dengan sayuran yang dijual di pasar tradisional. Namun ada sebagian besar konsumen yang memilih untuk membeli sayuran di pasar modern seiring dengan meningkatnya tingkat pendapatan dan pengetahuan, serta pertukaran dan motif berbelanja lainnya. Konsumen produk organik, termasuk sayuran organik dan sayuran segar, cenderung lebih selektif dalam menentukan produk yang akan dibeli (Pramana dkk, 2023).

Sayur organik banyak dijumpai di pasar modern karena sasaran pasar sayur organik merupakan konsumen kalangan menengah atas. Faktor harga menjadi salah satu penyebab belum meratanya penyebaran produk karena produk sayur organik memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan sayur anorganik. Persepsi mengenai harga sayur organik dianggap mahal merupakan kendala bagi produsen, oleh karena itu dalam penentuan harga jual penting untuk diketahui seberapa besar kesediaan konsumen membayar atau *willingness to pay* (WTP) untuk mendapatkan produk sayur organik (Fajria, 2020).

Produk pertanian organik telah memberikan peluang bagi pengembangan pertanian organik. Salah satu komoditas pertanian yang banyak dikembangkan untuk produk organik adalah komoditas sayuran. Komoditas sayuran merupakan tanaman yang paling mudah untuk dibudidayakan dengan menghasilkan produk yang baik tanpa adanya pemberian bahan-bahan kimia. Selain itu sayuran juga sangat penting untuk dikonsumsi untuk kesehatan dimana sayuran merupakan sumber vitamin, mineral, protein nabati dan serat. Oleh karena itu, sayuran

menjadi produk yang paling banyak dikembangkan untuk produk organik yang biasa dikonsumsi (Utami & Chaeriyah, 2019).

Kepedulian akan kesehatan lingkungan semakin menjadi perhatian utama bagi masyarakat, termasuk di Kota Makassar. Salah satu aspek yang mencerminkan perubahan akan kepedulian terhadap kesehatan lingkungan adalah peningkatan akan minat terhadap sayuran organik. Sayuran organik ditandai dengan penanaman tanpa menggunakan bahan kimia, yang dianggap lebih sehat dan ramah lingkungan. Namun keputusan pembelian sayuran organik tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor intrinsik seperti kesehatan dan lingkungan, tetapi juga oleh faktor ekstrinsik seperti harga, pengaruh sosial, dan ketersediaan produk.

Mendukung upaya peningkatan kesehatan masyarakat melalui pola konsumsi yang lebih sehat, penting untuk memiliki pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen ketika mengambil keputusan pembelian sayuran organik di supermarket. Perilaku konsumen mencakup cara individu atau kelompok dalam mencari, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau layanan. Dalam konteks ini, konsumen semakin cerdas dan selektif dalam memilih produk, yang mendorong produsen untuk memahami perilaku ini agar dapat menarik perhatian konsumen, perilaku konsumen itu sendiri terdiri dari sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti “Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Kota Makassar” (Studi Kasus Konsumen Sayuran Organik di Pasar Modern). Hal ini diharapkan dapat memberikan pemahaman

yang lebih dalam tentang bagaimana faktor memengaruhi perilaku konsumen konsumen terhadap sayuran organik. Dengan memahami hal tersebut, produsen, pengecer, dan pemangku kepentingan lainnya akan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan dan popularitas sayuran organik di Kota Makassar. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan yang berharga bagi literatur tentang perilaku konsumen di sektor pertanian organik, terutama di wilayah-wilayah yang sedang berkembang seperti Kota Makassar.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disimpulkan maka rumusan masalah dalam penelitian dapat diuraikan sebagai berikut ini:

1. Bagaimana karakteristik konsumen sayuran organik di Kota Makassar?
2. Bagaimana sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), kontrol perilaku (*behaviour control*) terhadap sayuran organik.?
3. Bagaimana perilaku konsumen dan keputusan pembelian terhadap sayuran organik?
4. Bagaimana pengaruh langsung sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), kontrol perilaku (*behaviour control*) terhadap keputusan pembelian sayuran organik.?
5. Bagaimana pengaruh tidak langsung sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), kontrol perilaku (*behaviour control*) terhadap keputusan pembelian melalui perilaku konsumen sayuran organik.?

6. Bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran organik?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen sayuran organik di Kota Makassar.
2. Mendeskripsikan sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), kontrol perilaku (*behaviour control*) terhadap sayuran organik.
3. Mendeskripsikan perilaku konsumen dan keputusan pembelian terhadap sayuran organik.
4. Menganalisis pengaruh langsung sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), kontrol perilaku (*behaviour control*) terhadap keputusan pembelian sayuran organik.
5. Menganalisis pengaruh tidak langsung sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), kontrol perilaku (*behaviour control*) terhadap keputusan pembelian melalui perilaku konsumen sayuran organik.
6. Menganalisis pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran organik.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan serta kajian mengenai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Kota Makassar.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1. Bagi peneliti, sebagai persyaratan untuk menempuh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Muslim Indonesia. Selain itu, berperan sebagai alat bantu bagi peneliti untuk memperluas wawasan dalam penelitian dan memperdalam pemahaman terkait dengan topik yang menjadi pusat penelitian.
2. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran organik. Selain itu, juga mengevaluasi persepsi konsumen terhadap keberlanjutan dan aspek lingkungan dalam pembelian sayuran organik, hasilnya dapat memberikan dasar untuk pengembangan solusi yang lebih ramah lingkungan.