

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara agraris dengan sektor agroindustri yang sangat berperan dalam kehidupan penduduknya. Diperkirakan sekitar 70% penduduk Indonesia bergerak di sektor pertanian. Oleh sebab itu, isu global mengenai dampak penggunaan sarana produksi yang mengandung bahan kimia sintesis termasuk pestisida dan pupuk harus mendapat perhatian yang serius (Tombe dan Hendra, 2010). Sejalan dengan pernyataan tersebut, penerapan program revolusi hijau yang telah diperkenalkan sejak tahun 1970-an, petani diperkenalkan dengan benih unggul padi hingga diperkenalkan juga dengan pupuk kimia, pestisida, herbisida dan lain semacamnya. Akan tetapi jika hal tersebut diterapkan secara keberlanjutan (*sustainable*) akan berdampak negatif baik dari segi lingkungan hingga ke manusianya sendiri (Sumarwan *et al*, 2013).

Memasuki abad ke-21, banyak masyarakat yang mulai sadar terhadap kelestarian lingkungan serta terhadap kesehatannya (Andrianto, 2018). Hal tersebut menyebabkan sebagian masyarakat memilih untuk mengonsumsi produk makanan dengan mempertimbangkan tingkat keamanan (*food safety attributes*), kandungan gizi (*nutritional attributes*) dan label ramah lingkungan (*eco-labelling attributes*). Langkah awal yang dilakukan oleh masyarakat dalam menerapkan kesadarannya dimulai dengan mengonsumsi beras organik (Sumarwan *et al*, 2013). Sejalan dengan pernyataan tersebut, konsumsi beras organik juga cukup tinggi dibanding dengan produk organik lainnya (Suharjo *et al*, 2013). Tingkat konsumsi beras organik di Indonesia dari tahun 2013 dapat dihitung sebesar 7.126 kg/kapita/bulan. Namun pada tahun 2014 mengalami penurunan menjadi 7.052 kg/kapita/bulan dan mengalami peningkatan kembali menjadi 7.234 kg/kapita/bulan pada tahun 2016 (Kementan, 2017).

Segmen pasar beras organik yang terbatas, menyebabkan kurang dikenal oleh masyarakat umum. Oleh karena itu, pengembangan pemasaran beras organik harus didasarkan pada karakteristik dan preferensi konsumen selain didasarkan pada segmentasi geografis dan demografi. Sebab, jika dibandingkan dengan beras non organik, harga beras organik tergolong mahal, sehingga

hanya golongan menengah keatas yang mampu membeli. Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan Ikasari *et al* (2016) yang menyatakan bahwa harga beras organik yang relatif mahal ini, disebabkan oleh besarnya manfaat beras organik bagi kesehatan (bebas dari kandungan bahan kimia berbahaya) juga karena relatif tingginya faktor risiko dalam produksi yang dihadapi oleh petani akibat tidak menggunakan pestisida dan pupuk anorganik. Pemaparan tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai analisis perilaku konsumen untuk mengetahui proses pengambilan keputusan serta komponen-komponen yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap beras organik. Karena peneliti berharap hasil dari penelitian ini menjadi landasan yang penting didalam pemasaran sehingga dapat membidik pembeli secara lebih terarah.

Berdasarkan dari uraian latar belakang, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul Sikap dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen terhadap Pembelian Beras Organik di Bangkalan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut yang dimiliki beras organik?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras organik?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui sikap konsumen terhadap atribut yang dimiliki beras organik.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras organik.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Peneliti dapat menambah pengetahuan bagaimana sikap dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras organik.
2. Sebagai bahan kajian, informasi dan sebuah pertimbangan bagi konsumen lain terutama calon pembeli beras organik.

3. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dibatasi pada konsumen beras organik secara keseluruhan yang tidak terfokus pada merek, jenis dan varietas. Konsumen yang menjadi responden dalam penelitian berlokasi di daerah Bangkalan. Penelitian ini juga dilakukan untuk karakteristik konsumen serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras organik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan fishbein yang diolah menggunakan *Microsoft Excel* 2010 dan *SPSS Windows versi 16*.