

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Seiring dengan perkembangan jaman dan kemudahan masyarakat dalam mencari informasi tentang gaya hidup sehat, masyarakat luas semakin menyadari pentingnya kesehatan dan pelestarian lingkungan sekitar. Semakin banyak masyarakat yang menyadari dampak kerusakan lingkungan akibat pemakaian bahan-bahan kimia maupun bahan yang membahayakan kesehatan tubuh serta dampaknya bagi pelestarian lingkungan. Salah satu usaha untuk hidup sehat juga telah dilakukan termasuk dengan memperkenalkan makanan organik. Secara umum makanan organik merupakan makanan yang mempunyai standar kesehatan yang direkomendasikan (Ririn, 2008, 3 November republika.co.id/berita/11477).

Perbaikan mutu kehidupan dan gaya hidup sehat telah mendorong masyarakat di berbagai negara dan mendorong gerakan gaya hidup sehat dengan tema global kembali ke alam. Gerakan ini didasari bahwa segala sesuatu yang berasal dari alam adalah baik dan berguna serta menjamin adanya keseimbangan dan kelestarian lingkungan.

Dalam hubungannya dengan pertumbuhan permintaan yang potensial, beberapa penelitian telah mengidentifikasi motivasi konsumen dalam membeli makanan organik dan secara umum telah memperlihatkan gambaran yang positif terhadap kuatnya permintaan. Pasar produk makanan organik selalu tumbuh seiring dengan peningkatan jumlah orang yang bersedia untuk makan makanan organik.

Menurut Mervin (2013) Konsumen harus lebih berhati-hati tentang dampak mengkonsumsi makanan konvensional. Makanan konvensional dapat mengakibatkan menumpuknya penyakit-penyakit baru, yang tidak dapat disembuhkan. Sebagian konsumen tidak menyadari kerugian dari makanan konvensional dan sebagian juga tidak memilih makan makanan organik, meskipun mereka sadar tentang kerugian makan makanan konvensional, karena biaya untuk mengkonsumsi makanan organik lebih tinggi. Oleh karena itu pemerintah dan lingkungan sosial harus mengambil langkah untuk menciptakan kesadaran di tengah-tengah konsumen pada manfaat menggunakan makanan organik dan memberikan bantuan yang diperlukan dalam budidaya makanan organik. Pemerintah Indonesia telah mencanangkan program Go Organic 2010 untuk mempercepat terwujudnya pembangunan berwawasan lingkungan. Program ini berorientasi pada pasar yakni berusaha memenuhi keinginan pasar, dimulai dari bawah ke atas. Salah satu kegiatannya adalah memasyarakatkan pertanian kepada konsumen, petani, pelaku pasar serta masyarakat luas (Widiastuti, 2004 April 23 Berita Pertanian/91887/organic).

Penelitian yang dilakukan oleh Aman, Harun & Hussein (2012,145-167) menemukan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara pengetahuan lingkungan dan kepedulian terhadap lingkungan terhadap keputusan pembelian makanan organik di kalangan konsumen di Bangkalan. Dalam melakukan pemasaran dapat menerapkan 4P (*product, price, place, and promotion*) seperti dalam pemasaran produk konvensional. Misalnya dalam pengembangan produk, pemasaran dapat memberikan informasi tentang tren saat ini dalam mengkonsumsi *makanan organik*. Selain itu dalam penelitian yang

dilakukan oleh Aman (2012, 145-167) juga menemukan bahwa kepedulian terhadap lingkungan juga memiliki hubungan dengan keputusan pembelian makanan organik melalui sikap sebagai mediatornya. Sehingga penelitian ini menyimpulkan bahwa konsumen yang lebih peduli terhadap lingkungan, maka akan semakin mempengaruhi sikap mereka, dan sikap ini dapat mengakibatkan keputusan pembelian terhadap *makanan organik*. Sedangkan pengetahuan lingkungan tidak mempengaruhi sikap, sehingga sikap tidak mempengaruhi hubungan antara pengetahuan lingkungan dengan keputusan pembelian makanan organik. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen Sabah memiliki pengetahuan tentang lingkungan, pengetahuan ini tidak akan mempengaruhi sikap mereka. Jadi sikap tidak mempengaruhi niat mereka untuk membeli *makanan organik*.

Menurut penelitian terdahulu (Mei, Ling dan Piew, 2012) yang berjudul *“The Antecedents of Green Purchase Intention among Malaysian Consumers”* terdapat empat variabel yang sangat berpengaruh terhadap *green purchase* pada konsumen di Malaysia diantaranya adalah inisiatif pemerintah, pengetahuan lingkungan, tekanan sesama dan sikap terhadap lingkungan. Terdapat penelitian lain yang dilakukan oleh Ali dan Ahmad pada tahun 2012 yang berjudul *“Environment Friendly Product: Factors that Influence the Green Purchase Intentions of Pakistan*

Consumers” dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan organik yaitu kepedulian terhadap lingkungan, pengetahuan lingkungan, dan harga dan kualitas produk yang dirasakan. Harga dan kualitas produk yang dirasakan juga dapat menjadi moderator bagi tiga

variabel sebelumnya yaitu *organization's green image*, kepedulian terhadap lingkungan, pengetahuan lingkungan.

Setelah melihat fenomena yang terjadi saat ini dan semakin banyaknya masyarakat yang memahami pentingnya kesadaran akan lingkungan sekitar dan kesehatan, serta didukung oleh hasil penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mei pada tahun 2012 dengan judul “*The Antecedents of Green Purchase Intention among Malaysian Consumers*” dan penelitian yang dilakukan oleh Ali dan Ahmad pada 2012 dengan judul “*Environment Freindly Product: Factors that Influence the Green Purchase Intentions of Pakistan Consumers*”, maka peneliti akan melakukan penelitian berjudul “ Keputusan pembelian makanan organik atas dasar pengetahuan konsumen dan persepsi (studi produk melilea di Bangkalan) ”.

Dalam penelitian ini memilih makanan organik karena banyak masyarakat yang sadar dengan kesehatan dengan mengkonsumsi makanan organik. Selain menyehatkan bagi masyarakat dengan mengkonsumsi makanan organik, masyarakat juga peduli akan lingkungan sekitarnya. Seperti yang diungkapkan oleh Ririn 2008 bahwa di Indonesia banyak masyarakat yang meyakini buruknya dampak dari kerusakan lingkungan yang di timbulkan oleh bahan-bahan kimia maupun bahan yang sangat berbahaya untuk tubuh maupun kelangsungan hidup lingkungan. Salah satu usaha untuk kembali hidup sehat juga telah dilakukan termasuk dengan memperkenalkan makanan organik. Secara umum makanan organik merupakan makanan yang mempunyai standar kesehatan yang direkomendasikan. Makanan organik yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bahan dasar atau bahan yang perlu dilakukan pengolahan lagi untuk dikonsumsi.

Penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mei (2012) dan juga menambahkan beberapa variabel dari penelitian Ali dan Ahmad (2012). Sehingga penelitian ini menggabungkan kedua penelitian karena peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan obyek dan populasi yang berbeda dengan peneliti sebelumnya. Pada penelitian ini memfokuskan pada tiga variabel yaitu Keputusan pembelian, persepsi makanan organik atas dasar pengetahuan konsumen dan persepsi, kepedulian terhadap lingkungan, dan harga dan kualitas produk yang dirasakan. Hal tersebut dikarenakan 3 variabel ini pada penelitian terdahulu memiliki pengaruh yang cukup kuat dan mempunyai nilai signifikansi yang cukup tinggi. Lima variabel ini juga dapat di adopsi pada obyek dan populasi konsumen makanan organik di Bangkalan

Tekanan sesama mengacu pada tekanan psikologis yang dialami setiap orang ketika membandingkan tindakannya dengan orang lain (Cohan, 2009: dalam Mei , 2012). Pengetahuan lingkungan didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana pengetahuan seseorang tentang suatu dampak masalah secara signifikan pada dalam proses pembuatan keputusan (Rashid, 2009: dalam Mei, 2012). Sikap terhadap lingkungan didefinisikan sebagai nilai pertimbangan individu-individu terhadap perlindungan lingkungan yang menekankan pada penilaian kognitif tiap individu terhadap nilai perlindungan lingkungan (Lee, 2008: dalam Mei, 2012). Kepedulian terhadap lingkungan didefinisikan sebagai ukuran sejauh mana orang menyadari masalah lingkungan dan membantu perjuangan untuk menyelesaikan atau menunjukkan kesediaan untuk berkontribusi secara pribadi untuk penyelesaiannya (Dunlap dan Jones, 2002: dalam Ali dan Ahmad, 2012). Harga dan kualitas produk yang dirasakan, Gan, (2008) berpendapat bahwa kepedulian

lingkungan bukanlah satu-satunya alasan bagi konsumen untuk membeli produk ramah lingkungan, dan mereka juga tidak setuju untuk menukarkan atribut produk lain untuk lingkungan yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik produk tradisional seperti nama merek, harga dan kualitas masih yang paling penting yang dipertimbangkan oleh konsumen saat membuat keputusan pembelian.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka dapat dirumuskan masalah secara Deskriptif dan Variatif. Adapun perumusan secara Deskriptif dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan organik Melilea di Bangkalan ?
2. Apakah pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap persepsi makanan organik Melilea di Bangkalan ?
3. Apakah pengetahuan konsumen dan persepsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan organik Melilea di Bangkalan ?
4. Apakah pengetahuan konsumen melalui persepsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan organik Melilea di Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah di rumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah untuk menguji dan menganalisis :

1. Menjelaskan pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian makanan organik Melilea di Bangkalan ?
2. Menjelaskan pengaruh pengetahuan konsumen terhadap persepsi makanan organik Melilea di Bangkalan ?
3. Menjelaskan pengaruh pengetahuan konsumen dan persepsi terhadap keputusan pembelian makanan organik Melilea di Bangkalan ?
4. Menjelaskan pengaruh pengetahuan konsumen melalui persepsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan organik Melilea di Bangkalan?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi pembaca yang ingin menambah pengetahuan, melakukan penelitian sejenis atau penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan pengaruh pengetahuan konsumen, persepsi dan keputusan pembelian makanan organik Melilea di Bangkalan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan serta tambahan informasi bagi para produsen, distributor, dan retailer produk makanan organik dalam menjalankan strategi pemasarannya. Motif yang telah diketahui ini, terutama pengetahuan konsumen dan persepsi dan keputusan pembelian dijadikan pertimbangan para pemasar untuk merancang program-program pemasaran.