

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rata-rata tingkat pendidikan masyarakat Indonesia yang semakin tinggi mulai berdampak pada kesadaran akan gaya hidup sehat, produk yang aman dikonsumsi, memiliki kandungan gizi dan nutrisi yang tinggi, serta ramah lingkungan. Kepedulian masyarakat akan gaya hidup sehat telah mendorong masyarakat mencari keamanan pangan, produk yang segar, alami dan tidak berbahaya. Fenomena ini pada akhirnya memunculkan produksi berbagai produk organik. Produk organik dianggap memenuhi persyaratan karena produk yang dihasilkan alami tanpa bahan kimia dan aman untuk dikonsumsi. Produk organik menjadi trend di dunia khususnya di Indonesia. Masyarakat cenderung melakukan pergeseran pola konsumsi dari produk anorganik ke produk organik, dan salah satunya adalah produk organik sayuran. Ini merupakan pilihan yang bijak bagi masyarakat yang mementingkan kesehatan *back to nature* (Damardjati, 2005).

Menurut Sutomo (2006) dalam Asmara dkk (2012) sayuran organik memiliki kandungan nutrisi yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan sayuran anorganik. Sayuran juga merupakan sumber vitamin A, D, C dan E. Karotenoid dan vitamin C merupakan antioksidan alami yang berguna melawan serangan radikal bebas penyebab penuaan dini dan berbagai jenis kanker. Namun Kementerian Pertanian (2010) menjelaskan tingkat konsumsi sayuran organik masyarakat Indonesia masih sangat rendah dari rekomendasi *Food Agriculture Organization* (FAO).

Tabel 1.1
Perbandingan Tingkat Konsumsi Sayuran Indonesia Tahun 1993 – 2011
dibandingkan Rekomendasi FAO

Tahun	Konsumsi (kg)	Rekomendasi FAO
1993	38.32	73kg/kapita/tahun
1996	37.15	
1999	34.77	
2002	40.35	
2005	43.18	
2008	50.16	
2011	41.46	

Sumber :Litbang (2004)

Menurut Pranasari (2007) dalam Apriyani dan Fadila (2013) rendahnya tingkat konsumsi masyarakat disebabkan beberapa faktor, diantaranya, harganya relatif jauh lebih tinggi dari sayuran anorganik dan terbatasnya pasokan yang tersedia menyebabkan produk sayuran organik sulit dijumpai di pasar-pasar tradisional. Sebagian besar hanya dijual di tempat-tempat tertentu seperti swalayan dan supermarket. Kelangkaan atau keterbatasan produk sayuran organik kemungkinan disebabkan karena produsen kurang memahami sikap konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayuran organik. Pemahaman ini dibutuhkan sebagai bahan pertimbangan untuk memproduksi sayuran organik. Menurut Sumarwan (2011) pemahaman terhadap sikap dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen akan memberikan pengetahuan bagaimana menyusun strategi dan komunikasi pemasaran yang lebih baik yang diharapkan akan memuaskan kebutuhan konsumen.

Surabaya merupakan ibukota Jawa Timur yang merupakan pusat perdagangan, industri, pendidikan dan merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta. Menurut Badan Pusat Statistik (2013) Surabaya memiliki jumlah penduduk yang mencapai 2.8 juta jiwa, selain itu terjadi perpindahan penduduk dari desa ke kota menyebabkan Surabaya menjadi kota padat penduduk. Kondisi tersebut berdampak pada perkembangan sektor perekonomian yang cukup pesat yang mengakibatkan pola gaya hidup masyarakat beragam. Meskipun pada kenyataannya Surabaya merupakan kota yang besar, namun rata-rata tingkat konsumsi sayuran berada pada urutan keempat dari seluruh kota maupun kabupaten yang ada di Jawa Timur. Rata-rata tingkat konsumsi sayuran sebesar Rp.29.061,-/kapita/bulan. Berbeda jauh dari kota Batu yang merupakan kota kecil, namun rata-rata tingkat konsumsi sayuran berada pada urutan pertama sebesar Rp.30.359,-/kapita/bulan. Tetapi rata-rata tingkat konsumsi sayuran kota Surabaya jauh lebih tinggi dibanding dengan rata-rata tingkat konsumsi di Jawa Timur yang hanya sebesar Rp.23.793,-/kapita/bulan (BPS, 2014).

Salah satu tempat memperoleh sayuran organik adalah di Kebun Sayur Surabaya, ini merupakan satu-satunya kebun sayur organik yang ada di kota Surabaya. Konsumen bisa langsung memetik sendiri sayuran yang diinginkan, sehingga kesegaran sayuran sangat terjaga, tidak hanya sayuran yang tersedia melainkan juga konsumen yang ingin menanam dan membudidayakan sayuran di rumah bisa membeli bibit dan peralatan yang dibutuhkan. Berdasarkan latar

belakang di atas penulis tertarik mengambil judul penelitian “Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik Di Kebun Sayur Surabaya”.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimanasikap konsumen terhadap atribut sayuran organik ?
- b. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayuran organik ?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Menganalisis sikap konsumen dalam pembelian sayuran organik.
- b. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayuran organik.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak, antara lain :

- a. Bagi Peneliti
Peneliti dapat memperoleh tambahan ilmu pengetahuan dan ketrampilan. Sebagai perbandingan sejauh mana teori-teori yang didapat selama perkuliahan dalam penerapannya ke dunia nyata.
- b. Bagi Akademisi
Memberikan data, informasi dan referensi kepustakaan mengenai perilaku konsumen sebagai bahan studi untuk melakukan penelitian dengan pengembangan yang lebih variatif.
- c. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan mengenai posisi produt dan atribut sayuran yang menjadi prioritas utama konsumen dalam pembelian sayuran organik, sehingga perusahaan mampu lebih memahami konsumen.