

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Gaya hidup sehat adalah pilihan yang mudah untuk dijalankan dengan diet sehat dan kebiasaan baik dan juga lingkungan juga baik. Kesehatan mengacu pada hal-hal yang memiliki pengaruh positif dan memberi tubuh zat-zat yang bermanfaat. Pandemi Covid 19 membuat masyarakat lebih sadar akan halnya mengonsumsi makanan sehat untuk meningkatkan imunitas tubuh. Hal ini membuat masyarakat cenderung menjadi kritis untuk memilih produk makanan yang akan dikonsumsi oleh tubuhnya.

Label “organik” pada makanan merujuk bagaimana makanan tersebut diproduksi. Sehingga, makanan organik yang telah ditanam maupun dibudidayakan tidak menggunakan hal seperti:

- a. Bahan kimia
- b. Hormon tambahan
- c. Antibiotik
- d. Modifikasi organisme genetik atau genetically modified organisms (GMOs)

Supaya mendapatkan label organik, produk makanan diharuskan untuk bebas dari bahan makanan buatan tambahan seperti pemanis buatan, pengawet, pewarna, dan penyedap rasa. Begitu pula untuk pertanian organik, tanaman yang ditanam menggunakan cara organik sering kali memakai pupuk yang alami seperti pupuk kandang yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan pada tanaman, disisi lain penggunaan pupuk kimia atau bahan kimia lainnya akan berdampak negatif bagi tubuh manusia. Pertanian organik ini dapat membantu lingkungan untuk meningkatkan kesuburan tanah, mendorong organisme alami untuk bereproduksi, dan juga membuat tumbuhan maupun hewan untuk dapat meningkatkan daya tahan tubuh mereka secara alami dari penyakit dan tidak ketergantungan terhadap antibiotik maupun obat kimia.

Berbagai konsep produk konsumsi ramah lingkungan dikembangkan di seluruh dunia dengan tujuan untuk mengurangi dampak lingkungan dari produksi dan konsumsi makanan, seperti makanan organik. Pencemaran lingkungan dan

timbulnya berbagai masalah kesehatan pada tahap awal kehidupan masyarakat menimbulkan tantangan untuk hidup sehat. Semakin banyak lingkungan yang rawan penyakit, semakin banyak orang khawatir untuk menjalani kehidupan normal. Saat ini, masyarakat sangat mengkhawatirkan kesehatannya, sehingga mereka berkonsultasi dengan ahli gizi dan mengonsumsi berbagai suplemen makanan. Produk organik diproduksi dalam sistem pertanian tanpa menggunakan pupuk dan pestisida buatan, menggunakan metode yang bertanggung jawab secara lingkungan dan sosial. Orang-orang menambahkan rasa baru makanan organik dan sehat ke selera mereka untuk mengoptimalkan kesehatan mereka. Mereka percaya hidup berkelanjutan mengarah pada hidup sehat. Gaya hidup sehat dan berkelanjutan berorientasi sosial, dengan tema yang berfokus pada kesehatan, kebugaran, keberlanjutan, produk alami, ringan, dan organik yang menjadi penggerak pola makan dan gaya hidup sehat. Media sosial telah memainkan peran penting dalam menetapkan tren, menjadikan produk organik dan berkelanjutan sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. New normal ini sudah menjadi gaya hidup. Konsumen memainkan peran yang jelas dalam permintaan makanan organik dan berkelanjutan dari pilihan yang lebih luas. Konsumen tidak hanya menuntut lebih banyak dalam hal pilihan produk untuk kesejahteraan mereka sendiri, tetapi mereka juga menyadari dampak langsung dan tidak langsung dari konsumsi mereka terhadap ekosistem.

1.2 Latar Belakang Masalah

Kesehatan adalah hal yang penting dalam kehidupan untuk menunjang kegiatan sehari-hari supaya dapat berjalan dengan maksimal. Salah satunya dengan cara makan makanan sehat untuk menjalani hidup sehat. Pandemi Covid-19 membuat masyarakat menjadi sadar akan mengonsumsi makanan sehat untuk meningkatkan imunitas tubuh. Mengonsumsi makanan dengan gizi seimbang bahkan menjadi sebuah rutinitas baru (ANTARA, 2020). Munculnya berbagai masalah kesehatan membuat masyarakat khawatir untuk menjalaninya. Kini masyarakat semakin sadar akan bahaya yang muncul pada penggunaan bahan kimia pertanian oleh karena itu masyarakat menjadi semakin bijak untuk menggunakan bahan makanan organik yang diyakini aman untuk kesehatan. Menurut Komisi Eropa “produksi organik adalah suatu keseluruhan sistem

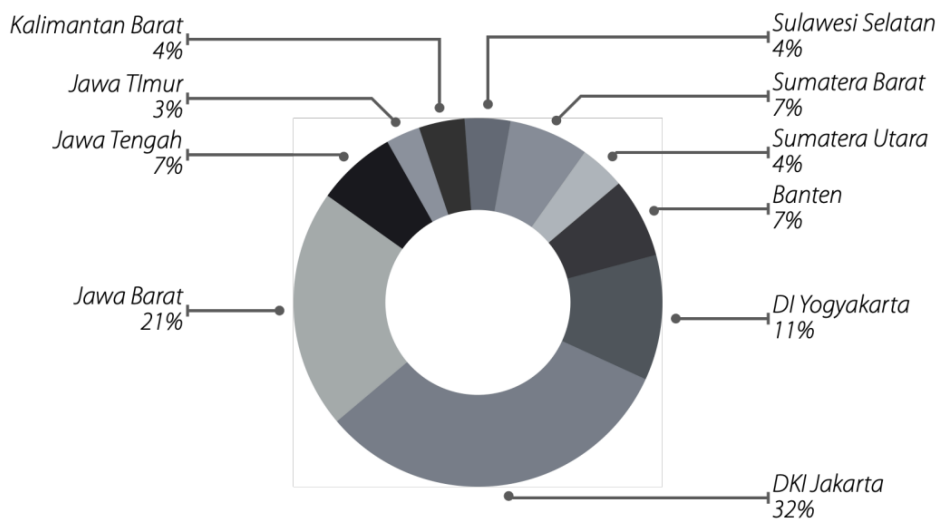
pengelolaan pertanian dan produksi pangan yang digabungkan praktik lingkungan terbaik, tingkat keanekaragaman hayati yang tinggi, pelestarian konservasi sumber daya alam dan penerapan kesejahteraan hewan yang tinggi standar” (European Parliament, 2021).

Media sosial telah memainkan peran penting dalam penetapan tren untuk menjadikan produk organik yang berkelanjutan sebagai bagian dari rutinitas sehari-hari. New normal ini sudah menjadi gaya hidup masyarakat sendiri. Konsumen memainkan peran nyata dalam menuntut produk makanan organik dan berkelanjutan dari pilihan yang lebih luas. Demi kesejahteraan mereka, konsumen tidak hanya lebih menuntut pilihan produk mereka tetapi juga memahami efek langsung dan tidak langsung pada ekosistem konsumsi mereka. Lingkungan tanaman organik membuat ekosistem lahan pertanian menjadi buruk. Pada produk nonorganik memang lebih menarik dari segi visual namun dari segi manfaat dan rasanya masih kurang unggul jika dibandingkan dengan produk organik (Arora et al., 2022).

Perilaku konsumen berkaitan dengan bagaimana konsumen menentukan, mengumpulkan informasi, dan menentukan produk yang akan dibeli, dan selanjutnya dilanjutkan dengan aktivitas setelah penggunaan produk organik (Laulita & Erlinda, 2022). Terdapat kecondongan konsumen untuk berbelanja makanan organik karena pengetahuan dan keinginan konsumen untuk menjalani kehidupan yang lebih sehat dan menjaga ekosistem lingkungan. Pedagang produk organik harus memahami ketertarikan konsumen di bidang kesehatan maupun lingkungan sebagai pangsa pasar untuk menjangkau pelanggan yang memperhatikan dengan barang yang ditanam secara organik (Tinggi et al., 2022).

Pertumbuhan produk makanan organik di dunia terus melonjak dari tahun ke tahun, termasuk di Indonesia yang didukung dengan peningkatan daya beli masyarakat hingga mencapai 15-20 persen. Pola makan dengan produk bahan makanan organik ini semakin meningkat seiring dengan kepedulian masyarakat terhadap kelestarian lingkungan (kemlu, 2021). Hasil survey International Federation of Organic Movements (IFOAM) pada 2019 menyatakan Indonesia termasuk salah satu negara yang masuk dalam the Ten Countries with the Largest Organic Area 2019 di kawasan Asia. Luas lahan organik di Asia sebesar 5,9 juta

hektar dengan sebaran luas lahan di Indonesia sebesar 251.619 hektar. Sebagian besar lahan organik ini tersebar di Pulau Jawa. Lahan ini digunakan untuk tanaman pangan seperti: sayuran, kopi, dan padi organik. Tingginya permintaan produk organik di Indonesia yang terjadi selama pandemi Covid-19 terlebih untuk produk pertanian ternyata belum diimbangi oleh lahan yang memadai. Berdasarkan survei yang telah dilakukan *Indonesia Organic Alliance* pada tahun 2019 konsumsi produk organik yang dijalani pada bulan Juni hingga Desember 2019 memperoleh sebanyak 274 responden dengan sebaran sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Sebaran domisili dari responden (n=274)

Sumber: *Indonesia Organic Alliance 2019*

Domisili responden tersebar di 10 provinsi dengan hasil menyatakan bahwa konsumen terbesar makanan organik didominasi oleh konsumen yang tinggal di daerah perkotaan. Guru Besar Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor (IPB) University Dwi Andreas Santosa mengatakan luas lahan organik Indonesia yang telah tersertifikasi baru mencapai 90.000 Ha, sementara yang belum tersertifikasi tak lebih dari dari 225.000 Ha. Menurut Dwi, hal tersebut dikarenakan sulitnya prosedur sertifikasi yang harus dihadapi oleh para produsen atau petani produk organik. Baik sertifikasi dalam negeri yang mengacu pada SNI 6729:2013 maupun sertifikasi yang diwajibkan oleh negara-negara tujuan ekspor. Akibatnya harga produk organik yang tidak bersahabat bagi seluruh kalangan masyarakat. Padahal, harga yang bersahabat menjadi kunci untuk memperluas pangsa pasar produk tersebut di dalam negeri (Rezha Hadyan, 2021).

Faktor penentu yang mempengaruhi niat beli konsumen (purchase intention) terhadap makanan organik menurut (Arora et al., 2022), disusun atas faktor: percaya (trust), niat perilaku (behavioral intention), efektivitas yang dirasakan konsumen (perceived consumer effectiveness), norma subjektif (subjective norms), relevansi pribadi yang dirasakan (perceived personal relevance), harga (price), pengetahuan konsumen (consumer knowledge), dan sikap (attitude).

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan permasalahan yang peneliti dapatkan peneliti ingin memberikan gambaran mendalam dengan melakukan analisa mengenai “Faktor- faktor yang mempengaruhi niat beli niat konsumen terhadap makanan organik”.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang sebagai berikut:

- a. Apa prioritas konsumen saat membeli makan organik?
- b. Apa faktor kunci utama yang memainkan peran menentukan dalam pembelian makanan organik?

1.4 Tujuan Penelitian

- a. Untuk Menganalisis dan mengetahui prioritas konsumen saat membeli makanan organik
- b. Untuk menganalisis dan mengetahui faktor kunci utama yang memainkan peran menentukan dalam pembelian makanan organik

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada kedua aspek sebagai berikut:

1.5.1 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai ilmu pengetahuan tambahan terkait faktor penentu niat pembelian. Beberapa temuan dalam kajian ini juga diharapkan dapat membantu pelaku usaha

memiliki kebijakan utama untuk mengakselerasi permintaan pangan organik di pasar dan memperluas penjualan lokal.

1.5.2 Aspek Akademis

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai sumber pengetahuan untuk ilmu manajemen khususnya pada manajemen pemasaran yang terkait dengan faktor yang mempengaruhi niat beli niat konsumen terhadap makanan organik. Selain itu peneliti juga mengharapkan dapat dijadikan referensi, informasi, dan gagasan tambahan untuk peneliti dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada perancangan tugas akhir ini terdiri dari lima bagian yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Pada bab pertama menguraikan mengenai gambaran objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistem penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua penulis menguraikan teori-teori penelitian yang relevan dan menjelaskan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga menjelaskan metode, teknik, dan pendekatan yang digunakan peneliti dalam memperoleh dan mengolah data.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab keempat berisi pembahasan tentang karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan dari keseluruhan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima membahas mengenai kesimpulan dan saran sebagai hasil akhir dari penulisan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini berisi buku, jurnal dan sumber-sumber lain yang dijadikan referensi dalam penelitian dan penulisan tugas akhir ini.