

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Negara Indonesia adalah negara agraris dengan mayoritas masyarakatnya bekerja di sektor pertanian yang artinya sektor pertanian mempunyai peranan penting dalam perekonomian nasional. Salah satu subsektor yang memberikan kontribusi terhadap sektor pertanian adalah hortikultura. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia relatif kecil yaitu sebesar 1,47% (BPS, 2018). Salah satu hortikultura yang banyak dibudidayakan oleh petani adalah sayuran. Sayuran bermanfaat sebagai sumber pangan untuk pemenuhan sumber vitamin, mineral dan serat (Mega, 2008).

Masyarakat mulai sadar akan dampak pentingnya menjaga kualitas hidup dan kesehatan dengan menjaga pola makannya. Mengonsumsi makanan yang jauh lebih sehat dan alami salah satunya yaitu mengonsumsi sayuran organik. Sayur organik merupakan sayuran yang dibudidayakan dengan teknik pertanian organik menggunakan bahan-bahan alami tanpa menggunakan pestisida dan pupuk kimia, sehingga aman dikonsumsi dalam jangka panjang (Parlyna dan Munawaroh, 2011). Menyebabkan peningkatan konsumsi sayuran organik yang bebas dari residu bahan kimia dalam kehidupan masyarakat.

Permintaan sayuran organik yang semakin besar di Indonesia ditandai dengan meningkatnya jumlah petani sayuran hingga saat ini. Berdasarkan data Statistik Pertanian Organik Indonesia SPOI (2019), diketahui bahwa luas total area pertanian organik di Indonesia tahun 2017 adalah 208.042,06 Ha, meningkat 17,32% pada tahun 2018 dengan luas 251.630,98 Ha. Jumlah total produsen pertanian organik di Indonesia adalah 10.285 orang. Gaya hidup masyarakat sebagai konsumen yang mulai memperhatikan pentingnya kesehatan dan lingkungan hidup dengan menggunakan produk organik yang tidak menggunakan bahan-bahan kimia sintetis dan berkembangnya bisnis produk organik mempengaruhi peningkatan jumlah produsen organik (Inawati, 2011).

Kota Bekasi merupakan bagian dari Megapolitan yang terbesar di Indonesia. Kota yang mempunyai angka indeks pembangunan manusia tertinggi

diantara Kabupaten/Kota di Jawa Barat yang terkait dengan pertumbuhan sektor ekonomi, sosial maupun kesehatan. Masyarakat Bekasi dapat membeli sayuran organik di toko khusus penyediaan produk sayuran organik, antara lain di *Jingga Grocer*. Merupakan toko organik yang menjual produk organik seperti bumbu-bumbu dapur, bahan makanan, sayuran dan buah-buahan. Pendistribusian sayuran organik di pasar tradisional hingga sekarang masih belum ada. Toko organik sebagai tempat khusus penyediaan produk organik harus memberikan kualitas produk yang baik sehingga kepuasan konsumen dapat dicapai.

Proses pembelian sayuran organik sangat berkaitan dengan perilaku keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah karena konsumen mempunyai karakteristik dan perilaku yang berbeda-beda dalam menentukan keputusan pembelian (Zepri, 2009). Perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian memiliki peranan dalam menilai dan mengidentifikasi produk tersebut sehingga nantinya akan memutuskan melakukan keputusan pembelian atau tidak. Perilaku konsumen yang berbeda-beda membuat pengusaha untuk dapat mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhinya terhadap proses keputusan pembelian. Penting bagi produsen untuk dapat lebih memahami perilaku konsumen dan untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Yuniva (2014), faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik antara lain harga, kualitas produk, lokasi, pelayanan, dan sikap konsumen untuk membeli sayuran organik.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penting untuk dilakukannya penelitian mengenai “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sayuran Organik (Studi Kasus Konsumen *Jingga Grocer* - Toko Organik di Kota Bekasi) ”.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sayuran organik di Jingga Grocer?
2. Faktor yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sayuran organik di Jingga Grocer?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui faktor-faktor perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sayuran organik di Jingga Grocer.
2. Mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sayuran organik di Jingga Grocer.

Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menambah pengetahuan bagi penulis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sayuran organik.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dalam menambah wawasan serta sebagai bahan informasi atau rujukan untuk peneliti yang akan datang.