# ANALISIS PERILAKU KONSUMEN SAYURAN BERSERTIFIKASI ORGANIK DI KABUPATEN AGAM

**(Studi Kasus : Outlet Organik Jalan Raya Padang Luar Km 4)**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS ANDALAS
UPT PERPUSTAKAAN

**OLEH**

**YAN TRISNO**

**03114041**

**FAKULTAS PERTANIAN**
**UNIVERSITAS ANDALAS**
**PADANG**
**2009**

MILIK
UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS ANDALAS
TERDAFTAR
TANGGAL : 17-6-09
NOMOR BI : 3090107 01

# ANALISIS PERILAKU KONSUMEN SAYURAN BERSERTIFIKASI ORGANIK DI KABUPATEN AGAM
## (Studi Kasus : Outlet Organik Jalan Raya Padang Luar Km.4)


## ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di Outlet Organik Padang Luar Km 4 Kabupaten Agam dari bulan September sampai dengan Oktober 2008. Tujuan penelitian ini adalah *pertama* : mendeskripsikan tentang pengelolaan usaha pemasaran sayuran sayuran bersertifikasi organik di Outlet Organik Padang Luar, *kedua* : mengetahui perilaku konsumen terhadap sayuran bersertifikasi organik pada Outet Organik Padang Luar yaitu perilaku yang tampak dan yang tidak tampak, *ketiga* : menganalisis hubungan antara karakteristik konsumen dengan perilaku yang tampak yaitu perilaku pembelian terhadap sayuran bersertifikasi organik di Outlet Organik Padang Luar.

Metode penelitian dilaksanakan dengan metode studi kasus (*Case Study*) dan metode dalam pengambilan responden adalah *Aksidental Sampling*. Jumlah responden yang diambil pada penelitian ini adalah sebanyak 32 orang.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa pelaksanaan usaha pemasaran sayuran bersertifikasi organik pada umumnya sudah sesuai dengan yang direncanakan banya pada promosi yang belum sepenuhnya dilaksanakan, yaitu promosi melalui surat kabar,pemeran dan kerjasama dengan hotel-hotel dan restoran di Bukittinggi

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa perilaku pembelian konsumen terhadap sayuran bersertifikasi organik relatif masih sedikit yaitu < 2kg. Waktu pembelian terbanyak pada siang / sore hari. Konsumen melakukan pembelian kebanyakan karena keinginan sendiri dan melakukan pembelian besama keluarga. Pedoman utama konsumen melakukan pembelian karena khasiatnya untuk kesehatan. Untuk meningkatkan penjualan sayuran bersertifikasi organik maka atribut yang perlu dibenahi berdasarkan persepsi dari konsumen adalah daya tahan, harga dan promosi. Tingkat loyalitas konsumen terhadap sayuran bersertifikasi organik terbesar berada pada tingkat *Liking the Product* yaitu konsumen yang benar-benar menyukai produk. Karakteristik konsumen yang dominan mempengaruhi perilaku konsumen yang tampak berupa perilaku pembelian adalah pekerjaan dan pendapatan.

Pada penelitian ini disarankan agar pihak outlet memperbaiki atribut daya tahan yaitu dengan membeli lemari pendingin, memberikan pemahaman kepada konsumen bahwa walaupun harga lebih mahal, akan tetapi kualitas dari sayuran bersertifikasi organik ini sangat baik, melakukan promosi yang menjelaskan tentang keunggulan produk, mengadakan Pekan Raya. Kemudian stok sayuran harus tersedia dengan kualitas yang baik, menciptakan suasana outlet yang nyaman dan bersih dan melakukan pencatatan penjualan.

# I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Prospek pemasaran sayur-sayuran di Indonesia sangatlah baik. Hal ini terlihat dan potensi pasar dan bisnis sayur-sayuran yang makin banyak berkembang baik akibat pertambahan penduduk, pendapatan, jumlah dan kapasitas industri pengolahan sayur sayuran serta meningkatnya kesadaran masyarakat akan kandungan gizi dan manfaat mengkonsumsi sayur-sayuran (Rahardi,1993).

Sebagai bahan pangan, sayur bukanlah makanan pokok,melainkan hanya sebagai pelengkap. Meskipun demikian sayur tidak dapat diabaikan begitu saja. Pada semua jenis umur, jenis kelamin dan tingkat ekonomi memerlukan sayur pada makanan sehari-hari. Pentingnya sayuran untuk kesehatan manusia sudah lama diketahui. Sayur dibutuhkan manusia untuk beberapa macam manfaat. Kandungan aneka vitamin, karbohidrat dan mineral pada sayur tidak dapat disubstitusi makanan pokok (Nazarudin,2000).

Komoditas hortikultura, khususnya sayuran secara umum sedikitnya mempunyai empat peranan strategis yaitu pertama merupakan bahan makanan bergizi sebagai sumber mineral dan vitamin bagi masyarakat. Kedua, sebagai sumber pendapatan dan kesempatan kerja bagi penduduk pedesaan. Ketiga, sebagai bahan baku agroindustri, dan yang keempat sebagai komoditas ekspor yang menghasilkan devisa (Ariantadisastra,1997).

Saat ini, dalam dunia pertanian tidak lepas dengan penggunaan bahan kimia, baik untuk pemupukan, pemacu pertumbuhan, perekat, perata, serta pengendalian penyakit hama, dan gulma. Bahan kimia tersebut pada umumnya adalah bahan beracun sehingga bila dipergunakan dapat meracuni tanah, tanaman, udara, air, dan lingkungan hidup lainnya. Bahan kimia tersebut juga dapat mencemari lingkungan hidup dan kesehatan manusia pun akan terpengaruh misalnya, tumbuhnya gangguan pada paru-paru, jantung, ginjal, hati, darah, alat vital, serta timbul penyakit kanker dan disfungsi ereksi (Pracaya,2003).

Solusi yang terbaik untuk menghindari pemakaian bahan kimia tersebut adalah menanam dengan sistem pertanian organik. Sistem pertanian organik

merupakan teknik pertanian yang tidak menggunakan bahan kimia, tetapi memakai bahan-bahan organik. Dengan pemakaian bahan organik akan dapat mengurangi ketergantungan akan bahan dari luar karena bahan organik umumnya terdapat di lingkungan sekitar pertanian. Selain itu lingkungan hidup dipertanian organik lebih bersih dan sehat (Pracaya,2003).

Suatu yang alami cenderung lebih baik, apalagi jika menyangkut urusan pangan. Kealamian itulah yang ditawarkan konsep pangan organik. Karena lebih alami berarti lebih sehat. Oleh karena itu sistem pertanian organik tentu akrab dengan hal - hal yang alamiah (Latifah, 2007).

Menurut Winarno (2004) pangan organik adalah pangan yang diproduksi tanpa pupuk kimia atau artifisial dan atau pestisida sintetis, tetapi menggunakan pupuk organik seperti menur kotoran dan feses temak, yang dikenal dengan pupuk kandang serta kompos yang terbuat dan limbah hasil panen pertanian yang telah mengalami fermentasi spontan.

Lebih lanjut, banyak pihak yang mengatakan bahwa organik itu adalah suatu sikap yang menerapkan prinsip - prinsip yang menerapkan perlindungan bagi lingkungan. Jadi bertani organik adalah aktivitas menghasilkan produk - produk pertanian tanpa merugikan lingkungan. Pestisida, pupuk buatan dan hormon tumbuhan yang banyak dilakukan pertanian saat ini diindikasikan merupakan salah satu penyebab terbesar degradasi lingkungan (Winarno,2004).

Di Indonesia, sejumlah produk organik lokal mengalami peningkatan permintaan pasarnya sampai 60 % dan luas lahan organik diperkirakan mencapai 36 ribu hektar hingga tahun 2007. Hal tersebut merupakan indikasi dari perkembangan produk organik yang cukup pesat di tanah air. Meski begitu ternyata Indonesia masih tertinggal dibanding negara - negara tetangga seperti Thailand dan Malaysia. Kedua negara tetangga ini sudah sejak tahun 2002 mengembangkan pertanian organik. Hasilnya cukup lumayan. Thailand pada tahun 2005, melakukan transaksi ekspor produk hasil pertanian organik mencapai sekitar 805 bath atau setara dengan US$23 juta (Hermawan dan Astuti, 2007).

Perputaran produk pangan organik di Indonesia memang masih sebatas di dalam negeri. Meski secara potensi sumber daya kita memiliki kenggulan dibanding negara lain, kita justru masih banyak mengimpor produk organik

# V. KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis perilaku konsumen terhadap sayuran bersertifikasi organik di Outlet organik Kabupaten Agam dapat diambil kesimpulan :

1. Pelaksanaan usaha pemasaran sayuran bersertifikasi organik di Outlet Organik Padang Luar pada umumnya sudah sesuai dengan perencanaan, hanya pada promosi yang belum dilaksanakan sepenuhnya yaitu promosi melalui surat kabar, pameran, kerjasama dengan restoran, dan hotel-hotel di Bukittinggi. Kemudian juga perlu dilakukan perbaikan pada strategi pemasaran yang dilakukan karena pembeli masih sedikit sehingga omzet outlet menurun dan bahkan rugi.
2. Perilaku konsumen
   a. Perilaku konsumen yang tampak berupa perilaku pembelian konsumen terhadap sayuran bersertifikasi organik relatif sedikit yaitu < 2 kg. Hal ini disebabkan karena sayuran bersertifikasi organik ini masih tergolong baru di Kabupaten Agam dan masih memerlukan promosi yang lebih lanjut tentang keunggulan produk. Waktu pembelian yang terbanyak adalah siang atau sore hari. Konsumen kebanyakan melakukan pembelian karena keinginan sendiri dan berdasarkan saran dari teman / teman kantor. Kebanyakan konsumen melakukan pembelian bersama keluarga dan pedoman dalam melakukan pembelian sayuran bersertifikasi organik ini adalah karena khasiatnya untuk kesehatan.
   b. Perilaku konsumen yang tidak tampak yaitu persepsi dapat diambil kesimpulan bahwa atribut daya tahan, promosi dan harga dianggap penting bagi konsumen tetapi belum sesuai dengan yang diharapkan konsumen (*Importance* tinggi *performance* rendah). Atribut nilai gizi dan keamanan bagi kesehatan dianggap penting bagi konsumen dan sudah memenuhi harapan konsumen. Atribut penampilan fisik merupakan atribut

## DAFTAR PUSTAKA


Ariantadisastra, Soemitro.1997. *Kebijaksanaan dan Strategi Pembangunan Tanaman Pangan dan Hortikultura.* Dirjen Tanaman Pangan dan Hortikultura. Jakarta

Astuti, Fitriah Dwi. 2007. *Organic Life Style, Bisnis Pertanian yang Menjanjikan Dibutuhkan Aturan yang Melindungi Konsumen.* Agro Observer : Edisi 12 Hal.12 – 15.

_____ *Pertanian Organik ,Ya Belajarlah Ke Inggris.* Agro Observer : Edisi 12 hal.24 – 25

Badan Pusat Statistik Kabupaten Agam. 2008. *Agam Dalam Angka.*

Bisnis Bali. 2008. *Pasar Sayuran Organik Makin Bagus.* http://www.bisnisbali.com/2008/07/24/news/agrohobi/ d.html. [24 Juli 2008].

Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran.* Andi Yogyakarta.

Departemen Pertanian. 2008. *Sayuran Organik : Lebih Sehat dan Mahal.* http://www.pustaka-deptan.go.id/inovasi/kl060409.pdf. [26 Agustus 2008].

Durianto, Darmadi, dkk. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek.* PT. Gramedia Utama. Jakarta. 510 Hal.

Harumi, Wise. 2003. *Analisa Tanggapan Konsumen Potensial Terhadap Teh Kajoe Aro Konsumsi dalam Negeri (Celup Seduh) di Kota Padang.* [skripsi]. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Unand. Padang

Hermawan, Elfa dan Astuti, Fitriah Dwi. November 2007. *Dibalik Label Organik.* Agro Observer : Edisi 12 Hal. 18 – 20.

Jorie, Donna Gracia. 2008. *Analisa Perbandingan Pendapatan dan Keuntungan Usaha Tani Tumpang Sari Kubis dengan Bawang Daun yang Menerapkan Pertanian Organik dengan Pertanian Non Organik pada Kelompok Tani Pambalahan Kanagarian Aia Angek Kecamatan X Koto Kabupaten Tanah Datar.* [skripsi]. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Unand. Padang

Kasali, Rhenaldi. 2003. *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, Positioning.* PT. Gramedia. Jakarta