

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI BERAS ORGANIK

(Studi Kasus : JaPPSA, Brastagi Supermarket dan Carrefour Plaza Medan Fair)

Nurul Ildrakasih¹⁾, Diana Chalil²⁾, dan Sri Fajar Ayu³⁾

¹⁾Alumni Fakultas Pertanian USU

²⁾dan³⁾Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian USU

Jl. Prof. A. Sofyan No.3 Medan

Hp. 081260348809, e-mail: nurul.ildrakasih@gmail.com

ABSTRAK

Beras organik adalah salah satu hasil dari produk pertanian organik. Semakin tingginya kesadaran konsumen akan pentingnya kesehatan dan pelestarian lingkungan sehingga diperkirakan permintaan beras organik akan meningkat namun produksi yang tersedia belum mampu memenuhi kebutuhan pasar yang terus meningkat. Hal ini disebabkan masih sedikitnya petani yang melakukan pertanian organik. Tingginya kualitas beras organik menyebabkan tingginya harga beras tersebut dibanding dengan harga beras biasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan konsumen akan beras organik berfluktuasi tiap bulannya. Hasil estimasi regresi logistik menunjukkan bahwa pendapatan dan persepsi berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli beras organik. Sedangkan tingkat pendidikan, komposisi keluarga, rasio harga dan gaya hidup tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli beras organik.

Kata Kunci: Beras Organik, Keputusan Konsumen, Logit

I. PENDAHULUAN

Pertanian organik adalah sistem pertanian yang secara ekologi ramah terhadap lingkungan sehingga produksinya aman untuk dikonsumsi manusia dan sekaligus mampu menyediakan pangan yang cukup bagi penduduk, baik dari segi kualitas, kuantitas dan kontinuitas. Sistem pertanian organik ini menggunakan bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan kimia sintetis (seperti pupuk dan pestisida) dalam proses produksinya. Salah satu contoh hasil produk dari pertanian organik adalah beras organik. Beras organik sangat baik bagi kesehatan karena bebas dari bahan kimia berbahaya dibandingkan dengan beras lain dan aman dikonsumsi oleh balita, orang dewasa, dan para manula.

Semakin tingginya kesadaran konsumen akan pentingnya kesehatan dan pelestarian lingkungan sehingga diperkirakan permintaan beras organik akan meningkat dan peluang pasarnya semakin lebar (Sriyanto, 2010). Namun produksi yang tersedia belum mampu memenuhi kebutuhan pasar yang terus meningkat yang terlihat pada Tabel 1. Hal ini disebabkan masih sedikitnya petani yang melakukan pertanian organik daripada non-organik.

Tabel 1. Proyeksi Produksi dan Pasar Padi Organik di Indonesia (Kuintal)

Tahun	Produksi	Kebutuhan Pasar
2005	550.300	550.300
2006	557.179	660.360
2007	563.865	792.432
2008	570.519	950.918
2009	577.080	1.141.102

Sumber: (Sulaeman, 2007).

Tingginya kualitas beras organik menyebabkan tingginya harga beras tersebut dibanding dengan harga beras biasa, hal ini karena jumlah produksi beras organik masih terbatas dalam skala kecil dan dilakukan oleh kelompok tani binaan. Harga beras organik yang relatif mahal tersebut sehingga menyebabkan konsumen yang mengkonsumsi beras organik pun berasal dari kalangan menengah dan kalangan atas. Penjualan beras organik pun masih dikatakan terbatas karena hanya tersedia di tempat-tempat tertentu seperti di pasar-pasar modern dan tidak tersedia di pasar tradisional. Hal ini yang membuat beras organik mempunyai segmen pasar sendiri. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli beras organik di kota Medan.

Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan permasalahan antara lain bagaimana perkembangan permintaan konsumen beras organik di daerah penelitian? Dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli beras organik di daerah penelitan?

Hasil penelitian Putri (2002) menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk mengkonsumsi beras organik adalah harga beras organik, harga beras lain, tingkat pendidikan, besarnya pendapatan keluarga serta ukuran keluarga. Dengan menggunakan model regresi linier berganda, diperoleh

R square sebesar 0,875 dan dijelaskan bahwa harga beras organik, harga beras lain, dan pendapatan keluarga berpengaruh nyata terhadap permintaan beras organik.

Januar (2006) variabel-variabel yang diduga berpengaruh nyata terhadap permintaan beras organik adalah pendapatan, usia, jumlah anggota keluarga, pendidikan, frekuensi konsumsi, dummy harga, dummy jenis kelamin, dan dummy sumber informasi. Model yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan beras organik adalah regresi linier berganda. Variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan beras organik adalah pendapatan, jumlah anggota keluarga, pendidikan, dan frekuensi konsumsi.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Metode Penentuan Daerah Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* di Kota Medan yang ditentukan secara sengaja di JaPPSA (Jaringan Pemasaran Pertanian Selaras Alam), Brastagi Supermarket dan Carrefour Plaza Medan Fair dengan alasan berdasarkan survei di ketiga tempat ini yang menjual beras organik secara kontinyu.

2.2. Metode Penentuan Sampel Penelitian

Penarikan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling*. Besar sampel yang ditetapkan dalam penelitian adalah 60 responden. 20 responden konsumen beras organik berasal dari JaPPSA, 10 responden konsumen beras organik dan 10 responden konsumen non organik berasal dari Brastagi Supermarket, dan 10 responden konsumen beras organik dan 10 responden konsumen non organik berasal dari Carrefour Plaza Medan Fair.

2.3. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, perkembangan permintaan beras organik di lokasi penelitian dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif berdasarkan data penjualan bulanan tahun 2012. Selanjutnya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli beras organik dianalisis menggunakan metode regresi logistik biner dengan persamaan sebagai berikut.

$$\ln \left(\frac{P_i}{1-P_i} \right) = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 D_1 + \beta_4 D_2 + \beta_5 X_3 + \beta_6 X_4 + \beta_7 D_3 + e$$

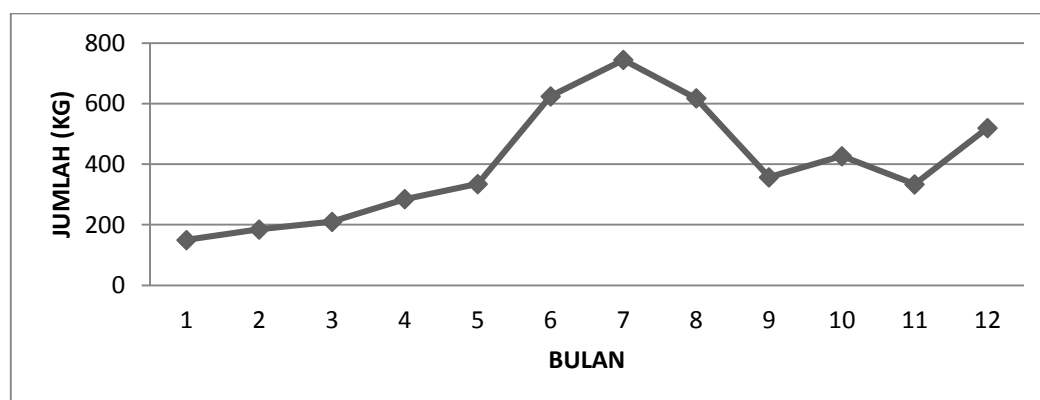
Dimana: P_i = Peluang membeli beras organik, $1-P_i$ = Peluang tidak membeli beras organik, Y = Keputusan Pembelian (1 = konsumen membeli, 0 = konsumen tidak membeli), X_1 = Total pendapatan (Rp/bulan), X_2 = Tingkat Pendidikan (tahun), D_1 = Adanya anggota keluarga yang berusia ≥ 55 tahun (1 = jika ada, 0 = jika tidak ada), D_2 = Adanya anggota keluarga yang berusia ≤ 5 tahun (1 = jika ada, 0 = jika tidak ada), X_3 = Perbandingan harga beras organik dengan harga beras anorganik, X_4 = Persepsi (skor), D_3 = Gaya hidup Sehat (1 = Ya, 0 = Tidak)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Perkembangan Permintaan Konsumen Beras Organik

Beras organik mempunyai beberapa macam jenis. Diantaranya adalah Pandan Wangi, Ciherang, Kuku Balam, Ramos, Siredek, Pulo Pandan, Pecah Kulit, Mentik Wangi, IR-64, Beras Merah, Beras Hitam, dan sebagainya. Namun, yang paling dominan dijual adalah beras organik varietas Pandan Wangi, Beras Merah dan Beras Hitam.

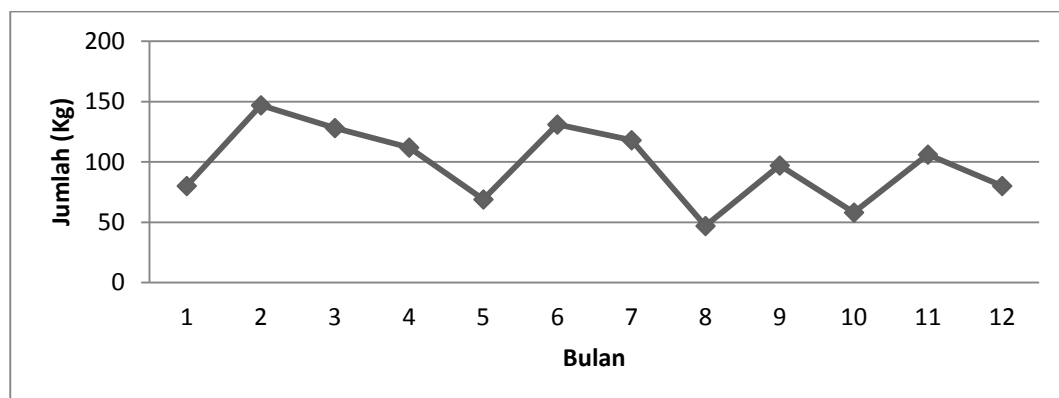
Beras organik varietas Pandan Wangi mempunyai aroma yang khas, yaitu aroma pandan. Apabila dimasak menjadi nasi, akan terasa sangat pulen dan berbau khas. Beras varietas Pandan Wangi ini dijual di JaPPSA dalam tiga ukuran yaitu ukuran 10kg, 5kg, dan 1 kg. Dengan harga masing-masing sebesar Rp.125.000, Rp.64.000, dan Rp.13.000, dan yang paling banyak terjual adalah dalam ukuran 10 kg.



Gambar 1. Grafik Penjualan Beras Organik Pandan Wangi JaPPSA 2012

Dari Gambar 1 terlihat bahwa penjualan beras organik Pandan Wangi berfluktuasi, peningkatan penjualan dari bulan Januari hingga Juli dan mengalami penurunan mulai bulan Agustus. Hal ini terjadi karena pada Juni dan Juli JaPPSA juga memasukkan beras organiknya ke ritel-ritel yang ada di Kota Medan seperti Macan Group, Maju Bersama dan Kasimura. Namun, hanya bertahan 2 bulan karena di ritel-ritel tersebut peletakan beras organiknya disamakan dengan beras non organik, sehingga memasuki minggu ketiga beras organik tersebut mulai berkutu dan menyebabkan kerugian dari pihak JaPPSA. Oleh karena itu, pada bulan September JaPPSA memulai menjual produknya sendiri tanpa dimasukkan ke ritel-ritel

Beras merah organik dipercaya mempunyai banyak manfaat bagi kesehatan tubuh. Ternyata hal tersebut didukung oleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa beras merah mengandung karbohidrat, lemak, serat, asam folat, magnesium, niasin, fosfor, seng, besi, protein, vitamin A, B, C, dan B kompleks, tepung beras merah pecah kulit dapat mencegah berbagai penyakit, di antaranya kanker usus, batu ginjal, beri-beri, insomnia, sembelit, wasir, gula darah, dan kolesterol (Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2005).

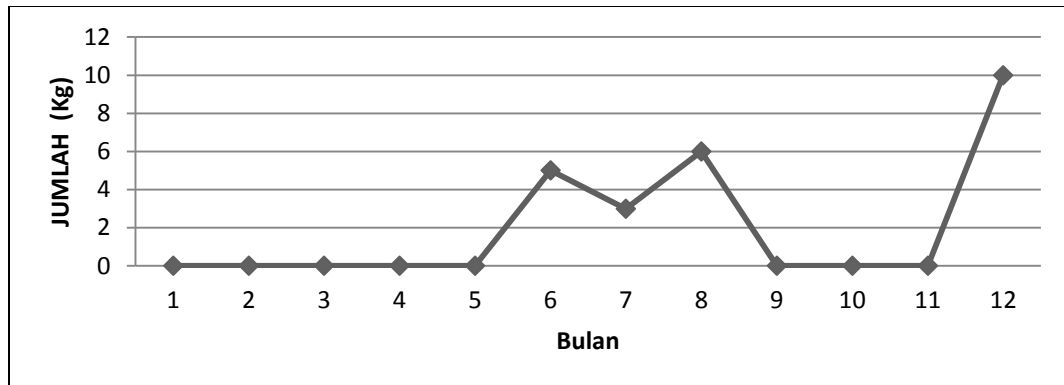


Gambar 2. Grafik Penjualan Beras Merah Organik JaPPSA 2012

Dari gambar 2 terlihat bahwa penjualan beras merah organik di JaPPSA juga berfluktuasi. Namun jika dibandingkan dengan Pandan Wangi, penjualan beras merah masih relatif sedikit. Konsumen biasanya membeli beras merah ini karena alasan tertentu seperti jika ada anggota keluarganya yang sakit, ada anggota keluarga yang masih bayi ataupun jika lagi menjalankan program diet. Banyak responden yang tidak menyukai rasa dari beras merah ini sehingga mereka tidak

mau untuk konsumsi sehari-harinya dan lebih memilih mengkonsumsi beras organik putih yang biasa.

Beras hitam organik mempunyai kandungan gizi paling tinggi daripada beras organik lainnya. Walaupun begitu, beras hitam ini belum begitu populer di kalangan masyarakat. Masih banyak yang belum mengetahui akan keberadaan beras ini.



Gambar 3. Grafik Penjualan Beras Hitam Organik JaPPSA 2012

Penjualan beras hitam organik ini merupakan penjualan yang paling sedikit karena suplai yang ada juga sedikit, dan tidak kontinyu. Beras hitam relatif lebih mahal jika dibandingkan dengan harga beras organik lainnya. Awalnya suplai beras hitam tersebut diperoleh dari Pulau Jawa, tetapi sejak bulan Desember sudah mulai ada pasokan dari Toba Samosir, Sumatera Utara. Penjualan tertinggi tercatat pada Bulan Desember dengan peningkatan mencapai 10 Kg karena pada pertengahan bulan mulai ada tambahan suplai dari Toba Samosir.

3.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Beras Organik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu diuji kelayakan dari model regresi logistik yang digunakan. Analisis ini didasarkan pada uji *Hosmer Lemeshow Test*. Hasil uji *Hosmer Lemeshow Test* diperoleh nilai signifikansi adalah 0,898. Nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,05, yaitu $0,898 > 0,05$ yang menyatakan bahwa tidak bisa tolak H_0 artinya bahwa tidak ada perbedaan antara distribusi observasi dengan distribusi frekuensi estimasi sehingga model logit sesuai digunakan untuk data yang diobservasi. Untuk pengujian keseluruhan variabel dianalisis berdasarkan uji *Omnibus Test*. Hasil uji *Omnibus Test*

tidak mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli beras organik.

Variabel komposisi keluarga adanya orang tua (≥ 55 tahun) adanya orang tua (≥ 55 tahun) berpengaruh tidak nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli beras organik. Konsumen yang membeli organik cenderung sudah mulai memperhatikan kesehatan untuk dirinya dan keluarganya karena mereka telah mengetahui bahwa beras organik bagus untuk kesehatan sehingga mengkonsumsinya. Oleh karena itu banyak sampel konsumen walaupun tidak ada orang tua (≥ 55 tahun) dalam keluarganya, mereka juga konsumsi beras organik demi kesehatan seluruh keluarganya.

Variabel komposisi keluarga adanya balita (≤ 5 tahun) berpengaruh tidak nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli beras organik. Sama dengan halnya seperti ada atau tidaknya orang tua (≥ 55 tahun) dalam suatu keluarga tidak mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli beras organik, begitu juga dengan ada atau tidaknya balita dalam suatu keluarga tidak mempengaruhi konsumen dalam membeli beras organik karena pembeli beras organik.

Variabel rasio harga beras organik dan anorganik berpengaruh tidak nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli beras organik. Pada hasil observasi perbedaan harga beras organik dan non organik yang dibeli di tempat penelitian tidak terlalu jauh karena rata-rata responden berasal dari kalangan menengah keatas.

Variabel gaya hidup berpengaruh tidak nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli beras organik. Dari beberapa kriteria gaya hidup sehat yang dilakukan, banyak juga konsumen beras organik yang tidak menjalankan gaya hidup sehat tetapi tidak sedikit juga konsumen beras anorganik yang tidak menjalankan gaya hidup sehat namun bagi mereka konsumen beras anorganik menilai bahwa dalam konsumsi produk organik belum menjadi hal yang paling utama untuk menjalankan gaya hidup sehat.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa kesimpulan yang didapat, antara lain: Permintaan konsumen akan beras organik baik varietas Pandan Wangi, Beras Merah, dan Beras Hitam berfluktuasi tiap bulannya. Dari hasil pengujian maka dapat diketahui bahwa keputusan pembelian beras organik dipengaruhi oleh pendapatan dan persepsi konsumen akan beras organik

4.2. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan tersebut di atas, maka penulis memberikan saran, sebagai bentuk implementasi dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Diharapkan petani meningkatkan jumlah produksi beras organik yang saat ini bisa dikatakan masih relatif sedikit agar harga beras organik terjangkau dan dapat dikonsumsi oleh semua kalangan sosial. Disamping itu, petani organik juga diharapkan tetap menjaga kualitasnya dan konsisten dengan hasil produknya yang organik
2. Mempengaruhi persepsi konsumen akan beras organik melalui penyebaran informasi dengan cara baik melalui radio, internet, media cetak, maupun mencantumkan informasi manfaat beras organik tersebut di setiap kemasan.
3. Dalam kesempatan ini penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti sikap konsumen terhadap beras organik.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 2005. *Padi Beras Merah: Pangan Bergizi yang Terabaikan*. Sumber: <http://pustaka.litbang.deptan.go.id.pdf>. Diakses pada: 11 Januari 2013.
- Januar NR. 2006. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Runah Tangga Terhadap Beras Organik di Bogor* [Skripsi]. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Putri, J. A. 2002. *Analisis Ekonomi Pola Konsumsi Beras Organik Konsumen Rumah Tangga Studi Kasus Wilayah Jakarta Selatan*. [Skripsi]. Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Sriyanto, S. 2010. *Panen Duit dari Bisnis Padi Organik*. AgroMedia Pustaka. Jakarta.

Sulaeman, A. 2007. *Prospek Pasar dan Kiat Pemasaran Produk Pangan Organik*.
(sumber: <http://www.docstoc.com/docs/125461601/prospek-pasar-and-kiat-pemasran-produk-pangan-organik>. Diakses pada: 21 Juni, 2012.