

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini, peningkatan kesadaran mengenai kesehatan semakin gencar di masyarakat modern. Kesadaran tersebut dikarenakan semakin besarnya resiko mengenai ancaman penyakit di masyarakat perkotaan. Terlebih masyarakat diperkotaan modern memiliki bermacam aktivitas yang padat dan memiliki sedikit waktu untuk memperhatikan kesehatan pribadi. Tantangan kehidupan diperkotaan yakni tekanan hidup yang semakin meningkat serta makanan tidak sehat dan transportasi yang tidak hijau semuanya mempengaruhi gaya hidup dan berdampak langsung terhadap kesehatan (WHO, 2010).

Harus disadari bahwa tidak ada aturan ketentuan baku tentang gaya hidup yang “sama dan cocok” yang berlaku untuk semua orang. Setiap orang mempunyai gaya dan pola hidup sendiri. Setiap gaya hidup, baik sehat atau tidak sehat yang dijalani sadar maupun tidak sadar, ada konsekuensi yang akan berdampak pada kualitas kehidupan kita. Jika tidak ingin menanggung resiko yang besar dari pola hidup yang tidak teratur dan sehat, pola hidup sehat harus dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Pola hidup sehat pada dasarnya adalah kehidupan yang mengarah pada perilaku untuk menjaga dan meningkatkan kesehatan tubuh dan kebugaran stamina. Hal ini dapat terlihat dari berbagai cara dan aktivitas yang dilakukan untuk menunjang kesehatan,

misalnya dengan olahraga, istirahat, dan mengonsumsi makanan sehat begizi (Irwansyah, 2006).

Masyarakat dewasa ini semakin antusias mengenai isu kesehatan. Bahkan tren kesehatan bukan sekedar buah bibir belaka. Apalagi Pemerintah Republik Indonesia melaksanakan gerakan masyarakat berperilaku hidup bersih dan sehat merupakan salah satu bentuk revolusi mental. Hidup bersih dan makanan sehat dengan asupan baik dapat membuat panjang umur (Rokom Kemenkes, 2016).

Salah satu tren makanan sehat, yakni makanan organik yang dikonsumsi untuk kebutuhan sehari-hari. Pergeseran pola makan dan gaya hidup manusia modern saat ini berimbas pada kesehatan masyarakat. Beragam penyakit kronis muncul dari kebiasaan makanan yang salah. Tren makan siap saji dan produk olahan instan, gaya hidup kurang melakukan aktivitas fisik, memicu gangguan sistem metabolik yang pada akhirnya meningkatkan resiko penyakit kronis. Untuk mengatasinya kini masyarakat kembali mengadopsi konsep gaya hidup masa lalu atau konsep naturopati, yakni mengonsumsi makanan bebas pencemaran zat kimia, atau disebut juga sebagai makanan organik (Kertopati, 2015).

Saat ini masyarakat semakin menyadari bahwa penggunaan bahan-bahan kimia non-alami, seperti pupuk dan pestisida kimia sintetis serta hormon tumbuh, dalam produksi pertanian ternyata menimbulkan efek negatif terhadap kesehatan manusia dan lingkungan. Kesadaran masyarakat ini mendorong produsen pangan untuk menghasilkan produk yang diinginkan

oleh konsumen seperti aman dikonsumsi, memiliki kandungan nutrisi tinggi, dan ramah lingkungan. Produk pangan yang memiliki ketiga atribut tersebut adalah produk yang dihasilkan dari sistem organik (Sulaeman, 2008).

Pergerakan gaya hidup sehat disokong oleh slogan; “kembali ke alam” telah menjadi tren bagi masyarakat diseluruh dunia. Hal ini di dasarkan bahwa segala sesuatu yang berasal dari alam itu baik, bermanfaat, dan juga menjamin adanya keseimbangan antara manusia dan alam. Masyarakat menjadi lebih sadar penggunaan bahan kimia yang tidak alami, seperti penggunaan pestisida dalam produksi pertanian dapat menyebabkan efek negatif bagi masyarakat dan alam (Suprpto & Wijaya, 2012).

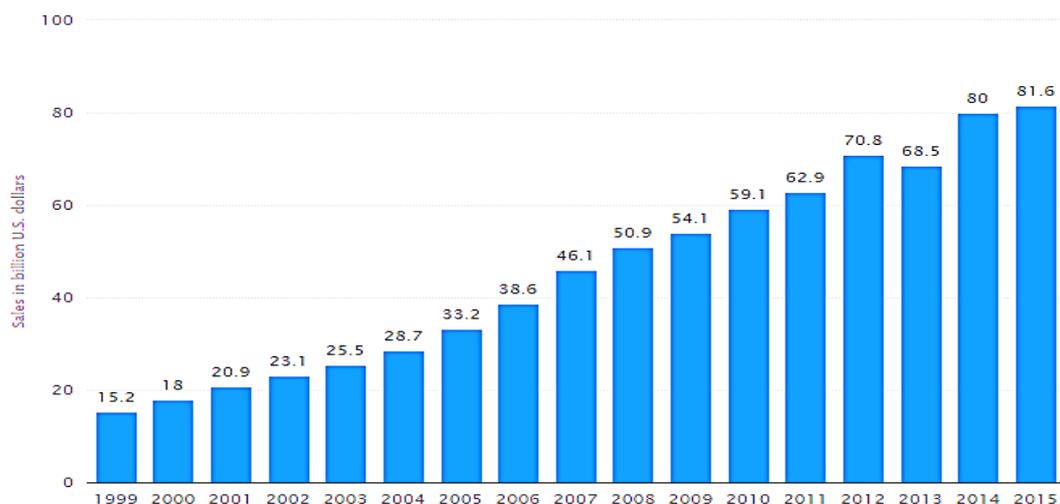
Secara umum, makanan hijau atau organik mengacu pada makanan yang aman untuk dikonsumsi, memiliki kualitas yang baik, berkaitan dengan perawatan hewan yang manusiawi, makanan yang bergizi dan diproduksi berdasarkan prinsip pembangunan berkelanjutan. Konsumen organik atau hijau didefinisikan sebagai konsumen yang sadar dan tertarik pada masalah ekologis (Wee, 2014).

Menurut Badan Standar Nasional Organik Kementerian Pertanian Amerika Serikat (USDA), ditekankan bahwa makanan organik merupakan hasil dari penggunaan sumber daya terbarukan dan konservasi tanah dan air untuk meningkatkan kualitas lingkungan bagi generasi mendatang. Daging organik, unggas, telur, dan produk susu berasal dari hewan yang tidak diberikan anti biotik atau hormone pertumbuhan. Makanan organik diproduksi tanpa menggunakan pestisida konvensional, pupuk yang dibuat

dengan bahan sintesis atau limbah lumpur, bioteknologi, atau pengionisasi radiasi (Shaharudin, Pani, Mansor, Elias, & Sadek, 2010).

**Gambar 1.1**

**Grafik Penjualan Makanan Organik Dunia**



**Sumber:** Statista Inc., 2017.

Pada Gambar 1.1 menggambarkan penjualan makanan organik dunia dari tahun 1999 sampai 2015. Menurut laporan tersebut, penjualan makanan organik di seluruh dunia mencapai sekitar US\$81,6 miliar, dari tahun 2015 berkisar US\$80 miliar pada tahun sebelumnya. Seiring penjualan makanan organik dunia meningkat, begitu juga dengan lahan pertanian organik. Pada tahun 2015, pertanian organik tersebar dilahan seluas lima puluh juta sembilan ratus ribu hektar, dengan negara Australia menyumbang hampir dua puluh tiga juta hektar sebagai negara produsen organik (Statista Inc., 2017).

Pada penelitian Irianto (2015) menyatakan bahwa peningkatan permintaan produk makanan hijau atau organik di belahan dunia dari tahun 2000, didorong oleh persepsi konsumen terhadap produk makanan yang

berkualitas dan keamanannya lebih baik dari pada produk makanan konvensional. Selain itu pengaruh positifnya terhadap pertanian organik, meskipun fakta dilapangan konsumsi produk makanan hijau atau organik secara agregat masih rendah proporsinya dibandingkan produk makanan konvensional.

Di Indonesia, makanan organik diketahui masyarakat sekitar tahun 1997. Sebagai perbandingan, makanan organik telah populer di Malaysia sejak sekitar tahun 1992. Masalah keamanan pangan, atribut gizi, dan label ekonomis menjadi isu sensitif dalam industri makanan. Isu keamanan pangan telah meningkatkan kesadaran masyarakat akan krisis lingkungan yang menuntut setiap orang untuk memiliki kecenderungan gaya hidup alami (Suprpto & Wijaya, 2012).

Niat masyarakat untuk menggunakan produk pertanian organik semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan tren gaya hidup sehat terutama di kota-kota besar yang mulai mengerti akan dampak negatif dari penggunaan pupuk non organik (bahan kimia) pada produk pertanian. Konsumen semakin sadar dan selektif atas segi kualitas kesehatan produk pertanian. Mereka kini lebih suka mengonsumsi produk organik ketimbang yang menggunakan bahan non organik. Produk pertanian organik menghasilkan protein makanan yang aman dan bergizi sehingga meningkatkan kesehatan masyarakat (Indonesia Organic Alliance, 2017). Pangan organik sudah duluan terkenal, karena beberapa faktor, terutama dikaitkan dengan berbagai isu kesehatan seperti penyakit sapi gila, dan beberapa penyakit baru lainnya yang disebabkan proses

non alamiah, serta gerakan “kembali ke alam”. Jadi pertumbuhan permintaannya meningkat dengan signifikan (YLKI, 2011).

Persepsi nilai tidak hanya merupakan komponen penting untuk hubungan pelanggan jangka panjang, tetapi juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi niat pembelian. Persepsi nilai merupakan faktor penting dan menjadi faktor penentu untuk membeli produk makanan organik. Konsumen tahu apa yang terbaik bagi mereka karena mengonsumsi makanan yang tepat (makanan organik) dan mengambil langkah-langkah diet yang tepat mungkin selalu membawa kehidupan yang sehat dan bahagia (Lam, Lau, & Cheung, 2016).

Dari segi harga, pangan organik memang lebih mahal. Tetapi berapa biaya yang harus ditanggung konsumen jika sakit, biaya pangan organik tersebut juga tidak seberapa bila dibandingkan dengan harga suplemen makanan yang laku keras untuk menjaga kebugaran tubuh. Jadi bagi konsumen (terutama konsumen Jakarta yang luar biasa sibuknya) akses dan ketersediaan jauh lebih penting dari harga (YLKI, 2011). Harga bukanlah faktor utama selama makanan organik dapat memberikan nilai gizi lebih dari makanan konvensional biasa di pasar. Karena orang-orang di dunia saat ini mendapat informasi lebih baik melalui ledakan teknologi informasi dan internet, semua manfaat makanan organik mudah tersedia bagi konsumen hanya dengan satu klik dari ujung jari. Semakin banyak informasi yang diterima semakin banyak pelanggan akan melihat produk makanan organik sebagai sesuatu yang memiliki nilai dan layak dibeli (Lam et al., 2016).

Sikap mengacu pada sejauh mana seorang individu memiliki evaluasi atau penilaian yang baik atau buruk terhadap perilaku yang bersangkutan. Semakin positif sikap konsumen terhadap suatu produk, semakin kuat niat untuk melakukan perilaku tersebut. Beberapa studi tentang hubungan sikap dan niat untuk membeli makanan organik secara konsisten menunjukkan hubungan positif. Sikap termasuk elemen penalaran yang berasal dari teori perilaku bertindak, karena terbukti memiliki nilai penyimpangan yang besar antara sikap dan niat dalam keputusan pembelian mengenai konsumsi berkelanjutan (Eide & Toft, 2013; Irianto, 2015).

Untuk menentukan arah dan tujuan penelitian ini, penulis telah menentukan topik dalam penelitian ini yakni; “niat beli konsumen produk makanan organik”. Penulis telah mengumpulkan beberapa artikel ilmiah yang memiliki kesamaan dengan topik yang diteliti yakni niat membeli produk makanan. Penulis merasa tertarik dengan hasil penelitian terdahulu, dan merasa ingin melakukan penelitian ulang dengan obyek yang berbeda. Sehingga penulis mendapatkan sebuah jawaban baru terhadap sesuatu yang menjadi masalah. Kemudian artikel-artikel ilmiah tersebut akan di analisis faktor eksogennya, kemudian akan di pilah oleh penulis untuk dijadikan sebagai faktor eksogen dalam penelitian ini, dimana faktor-faktor eksogen yang paling banyak diteliti akan penulis gunakan dalam penelitian ini. Kemudian akan digabung menjadi *research gap* dari penelitian terdahulu (Dissanayake, 2013).

Maka penelitian baru tersebut harus disematkan dalam bentuk transformasi dengan baik dan penilaian yang mengidentifikasi kesenjangan dalam pengetahuan terkini dan mengakui adanya kontradiktif dalam penelitian. Topik, kesenjangan, dalam pengetahuan terkini, dan pentingnya menutup kesenjangan dalam suatu penelitian. Maka tujuan dalam penelitian ini untuk menutup celah-celah kekurangan dalam penelitian terdahulu (Buchmann, Gleich, Spieth, & Tube, 2015; Carey, Yon, & Wines, 2012).

Dan mengkaitkan hal tersebut dengan masalah-masalah yang akan diteliti dan kemudian hasilnya akan diperoleh kesimpulan mengenai hasil penelitian yang akan diteliti:

- a. Pada penelitian terdahulu mengenai faktor Persepsi Nilai terhadap Niat Bbeli produk makanan, memiliki kesamaan hasil penelitian yakni positif dan signifikan (Alshura & Zabadi, 2016; Irianto, 2015; Jaafar, Lap, & Naba, 2013; Jaini, Ahmad, & Mat Zaib, 2015; Mirabi, Akbariyeh, & Tahmasebifard, 2015; Sallam & Wahid, 2012; Wee et al., 2014).
- b. Pada penelitian terdahulu mengenai faktor Sikap terhadap Niat Beli produk makanan, memiliki kesamaan hasil penelitian yakni positif dan signifikan (Abdourrahmane & Sukhabot, 2014; Irianto, 2015; Jaafar et al., 2013; Pandey & Srivastava, 2016; Sallam & Wahid, 2012; Voon, Ngui, & Agrawal, 2011; Wee et al., 2014).
- c. Pada penelitian terdahulu mengenai faktor Harga terhadap Niat Beli produk makanan, memiliki kesamaan hasil penelitian yakni positif dan

signifikan (Beltrán, Blanco, & Morales, 2012; Irianto, 2015; Mirabi et al., 2015; Pandey & Srivastava, 2016).

Berdasarkan paparan yang dikemukakan di atas, maka penulis memperoleh gambaran bahwa persepsi nilai, sikap, dan harga memberikan peranan terhadap niat membeli produk makanan. Oleh karena itu, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Investigasi Niat Beli Produk Makanan Organik: Bagaimana Peran Persepsi Nilai, Sikap, dan Harga?”**.

## **1.2 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam penelitian ini penulis membatasi pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini membahas mengenai niat beli produk makanan organik yang merupakan faktor dipengaruhi oleh persepsi nilai, sikap, dan harga. Penulis tidak menyebutkan merek produk dari kategori makanan organik, guna menggambarkan secara umum hasil penelitian tersebut, dapat digunakan sebagai rujukan dan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai produk makanan organik, baik secara umum maupun meneliti suatu merek dari produk makanan organik yang dibahas oleh peneliti lainnya kedepan.
2. Penelitian ini merupakan *research gap*, yaitu adanya keterbatasan dalam penelitian terdahulu dan adanya tatanan konsep yang perlu dilanjutkan.
3. Referensi yang diperoleh untuk penelitian ini berasal dari penelitian

terdahulu mengenai niat membeli produk makanan yang diperoleh dari kategori makanan organik dan makanan konvensional.

4. Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti yakni wilayah Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta. Target sampel merupakan pekerja.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Perumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Dari latar belakang masalah diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Nilai berpengaruh terhadap Niat Beli produk makanan organik?
2. Apakah Sikap berpengaruh terhadap Niat Beli produk makanan organik?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Niat Beli produk makanan organik?
4. Apakah Harga berpengaruh terhadap Sikap konsumen produk makanan organik?
5. Apakah Harga berpengaruh terhadap Persepsi Nilai konsumen produk makanan organik?
6. Apakah Sikap memoderasi hubungan Harga terhadap Niat Beli produk makanan organik?
7. Apakah Sikap memediasi hubungan Harga terhadap Niat Beli produk makanan organik?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan merupakan arah dalam sebuah penelitian. Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mencari faktor yang mempengaruhi niat beli

terhadap produk makanan organik. Selain itu, dalam penelitian ini terdapat empat buah tujuan spesifik, yaitu sebagai berikut:

1. Menguji secara empiris pengaruh Persepsi Nilai terhadap Niat Beli produk makanan organik.
2. Menguji secara empiris pengaruh Sikap terhadap Niat Beli produk makanan organik.
3. Menguji secara empiris pengaruh Harga terhadap Niat Beli produk makanan organik.
4. Menguji secara empiris pengaruh Harga terhadap Sikap konsumen produk makanan organik.
5. Menguji secara empiris pengaruh Harga terhadap Persepsi Nilai konsumen produk makanan organik.
6. Menguji secara empiris Sikap memoderasi hubungan Harga terhadap Niat Beli produk makanan organik.
7. Menguji secara empiris Sikap memediasi hubungan Harga terhadap Niat Beli produk makanan organik.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini yakni terbatasnya penelitian yang meneliti tentang niat beli produk makanan organik di Indonesia. Sehingga penelitian ini merupakan gap penelitian yaitu adanya keterbatasan dalam penelitian terdahulu dan adanya tatanan konsep yang perlu dilanjutkan. Sehingga penelitian ini dapat berguna sebagai rujukan dan referensi untuk penelitian sejenis.