

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

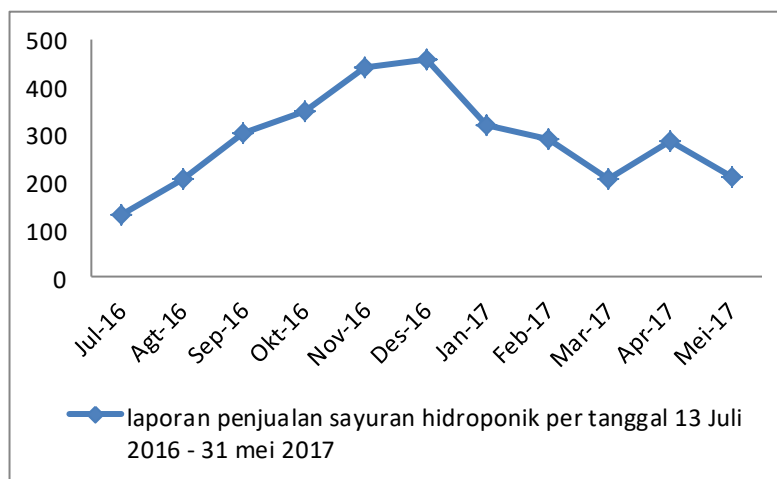
Komoditas sayuran memiliki peranan penting dalam pemenuhan gizi masyarakat. Sayuran merupakan sumber vitamin, mineral dan serat pangan yang dibutuhkan oleh tubuh untuk membantu proses metabolisme (Kemenkes, 2017). Sekitar 97,29 % penduduk Indonesia mengkonsumsi sayuran, dengan pengeluaran rata-rata per kapita sebulan sebanyak 7,49% (BPS, 2016). Pengeluaran rata – rata konsumsi sayuran di Kota Sukabumi sebulan per rumah tangga dari tahun 2014 – 2015 mengalami penurunan. Pada tahun 2014 rata – rata pengeluaran konsumsi sayuran sebesar 5,93%, sedangkan pada tahun 2015 rata – rata pengeluaran untuk konsumsi sayuran sebesar 5,05% (BPS Kota Sukabumi, 2017). Berdasarkan hasil penelitian Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Kementerian Kesehatan pada tahun 2014, mengemukakan bahwa konsumsi sayuran masyarakat Indonesia hanya 91 gram per hari (Maharani, 2015). Pengeluaran konsumsi sayur dan buah yang dianjurkan untuk remaja sebanyak 300 – 400 gram, sedangkan untuk orang dewasa sebanyak 400 – 600 gram per hari (Kemenkes, 2017). Konsumsi sayuran menjadi hal yang penting dalam pemenuhan gizi seimbang. Vitamin dan mineral yang terkandung dalam sayuran sebagai antioksidan penangkal senyawa jahat dalam tubuh. Kajian lain menunjukkan bahwa konsumsi sayuran turut berperan dalam menjaga tekanan darah, kadar gula dan kolesterol dalam tubuh.

Munculnya kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat khususnya pada masyarakat urban meningkat. Hal ini berdasarkan pada hasil survei yang dilakukan oleh *Nielsen's New Global Health and Ingredient – Sentiment Survey*, bahwa 80% responden memilih untuk diet sehat. Sehingga konsumen mulai tertarik mengkonsumsi bahan – bahan makanan yang sehat (Priherdityo, 2016). Konsumen menjadi lebih selektif lagi dalam memilih produk sayuran yang akan dikonsumsi. Sebagian konsumen cenderung memilih produk sayuran yang tidak

terkontaminasi oleh pestisida kimia yang dapat berdampak tidak baik pada kesehatan tubuh. Produk sayuran hidroponik bebas pestisida menjadi alternatif bagi para konsumen yang memiliki gaya hidup sehat dan memperhatikan kesehatan tubuh.

Pertanian dengan sistem hidroponik di Kota Sukabumi sudah mulai dikembangkan. Komoditas sayuran menjadi komoditas yang dipilih para petani untuk dibudidayakan dengan sistem hidroponik. Sayuran hidroponik masih belum banyak dipasarkan, karena jumlah petani hidroponik masih tergolong sedikit dibandingkan dengan petani konvensional. Umumnya sayuran hidroponik tidak dijual di pasar tradisional, melainkan dijual di ritel – ritel modern, karena harga jual sayuran hidroponik lebih mahal. Sasaran konsumen sayuran hidroponik adalah konsumen yang mulai sadar akan pola hidup sehat dengan mengonsumsi sayuran bebas pestisida kimia.

Hasil panen sayuran hidroponik sudah masuk dan dipasarkan di pasar modern atau supermarket yang ada di kota Sukabumi seperti Toserba Yogya, *Super Indo*, Tiara Toserba, Toserba Selamat dan *Giant*. Sayuran hidroponik yang dijual di Supermarket Kota Sukabumi diantaranya selada bokor, lororosa, kailan, romain, pagoda, kangkung, bayam merah, dan pakcoy. Penjualan sayuran hidroponik di Kota Sukabumi tahun 2016 meningkat. Peningkatan tersebut dapat dilihat pada data penjualan sayuran hidroponik disalah satu supermarket yang ada di Kota Sukabumi.



Gambar 1. Penjualan Sayuran Hidroponik
Sumber : Laporan penjualan Yogya Sukabumi

Dari data tersebut penjualan pada bulan Juli – Desember 2016 mengalami kenaikan. Hal ini menunjukkan bahwa sayuran hidroponik mulai diminati oleh konsumen meskipun dari segi harga lebih mahal dibandingkan dengan sayuran konvensional. Namun pada bulan Januari 2017 – Maret 2017 penjualan sayuran hidroponik menurun, penjualan naik lagi pada bulan April 2017, mengalami penurunan penjualan lagi pada bulan Mei 2017. Sebagai produsen dan pemasar perlu memahami karakteristik konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sayuran hidroponik. Agar permintaan konsumen terus meningkat. Menurut Sunyoto (2013) faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen dalam keputusan pembelian adalah konsumen individual, lingkungan yang mempengaruhi konsumen, dan stimulasi pemasaran atau strategi pemasaran.

Keputusan konsumen dalam membeli sayuran hidroponik pasti memerhatikan ciri-ciri fisik atau atribut yang sesuai dengan kriteria. Untuk mengetahui atribut sayuran hidroponik yang diinginkan konsumen perlu ada informasi pasar yang menunjukkan preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik. Preferensi diartikan sebagai tindakan konsumen dalam memberikan penilaian dan sikap tingkat kesukaan terhadap merek – merek alternatif produk (Saladin, 2005).

Preferensi konsumen penting diketahui oleh pelaku agribisnis, khususnya petani hidroponik agar dapat memenuhi permintaan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu kajian mengenai preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik di Kota Sukabumi perlu diteliti.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah bagaimana preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik dan bagaimana sikap konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik.
- 2) Untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Aspek Guna Teoritis

Aspek guna teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Penelitian ini dapat berguna bagi pembaca untuk menambah pengetahuan yang berkaitan dengan perilaku konsumen khususnya pada preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya mengenai preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik.

1.4.2. Aspek Guna Praktis

Aspek guna praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagi Peneliti
Menambah pengetahuan peneliti mengenai preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik.
- 2) Bagi Produsen dan Pemasar
Hasil penelitian ini dapat berguna bagi produsen maupun pemasar, dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran sayuran hidroponik di Kota Sukabumi.
- 3) Bagi Pemerintah
Sebagai bahan acuan dalam pengambilan kebijakan lembaga – lembaga terkait.