

Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik Di Kota Bengkulu

Factors Affecting The Decision Of Purchase Of Organic Vegetables In Bengkulu City

Ridha Rizki Novanda
Universitas Bengkulu
rrizkin@unib.ac.id

ABSTRAK

Sayuran organik merupakan salah satu pilihan masyarakat untuk mencapai hidup yang sehat. Sehingga tingkat konsumsi sayuran organik meningkat. Peningkatan permintaan sayuran organik di Provinsi Bengkulu juga meningkat. Hal ini ditunjukkan dengan berdirinya beberapa farm yang menonjolkan sistem hidroponik untuk menghasilkan sayuran organik. Tujuan penelitian ini ialah menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Kota Bengkulu. Penelitian dilakukan pada masyarakat kota Bengkulu dengan responden sebanyak 100 orang. Analisis data menggunakan metode partial least square (PLS). Hasil menunjukkan bahwa faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik ialah Atribut mutu, Harapan/dukungan, Kemudahan/kesulitan. Atribut mutu berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayuran organik dengan nilai P Value 0,000. Harapan/dukungan orang terdekat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayuran organik dengan nilai P Value sebesar 0,002. Dan Kemudahan/kesulitan akses berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai P Value sebesar 0,000.

Kata kunci: Faktor; Organik; Sayuran

ABSTRACT

Organic vegetables are one of the people's choices to achieve a healthy life. So that the level of consumption of organic vegetables increases. The increase in demand for organic vegetables in Bengkulu Provision also increased. This is shown by the establishment of several farms that feature hydroponic systems to produce organic vegetables. The purpose of this study was to analyze the factors that influence the purchasing decision of organic vegetables in Bengkulu City.. The research was conducted on the people of the city of Bengkulu with 100 respondents. Data analysis used partial least square (PLS) method. The results show that the factors that most influence the purchasing decision of organic vegetables are the quality attribute, expectation / support, ease / difficulty. The quality attribute has a significant effect on purchasing decisions for organic vegetables with a P value of 0.000. The expectations / support of the closest people have a significant effect on purchasing decisions for organic vegetables with a P value of 0.002. And the ease / difficulty of access has a significant effect on purchasing decisions with a P value of 0.000.

Keywords: Factor; Organic; Vegetable

PENDAHULUAN

Trend gaya hidup sehat di era saat ini menjadi salah satu pertimbangan. Kebiasaan mengonsumsi makanan sehat untuk memperbaiki kesehatan banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Kebiasaan makan yang tidak sehat akan berdampak pada kelebihan berat badan (overweight). Kebiasaan makan sehat menjadi sebuah gaya hidup dan variasi konsumsi menu sehat.

Konsumsi sayur dan buah diperlukan tubuh sebagai sumber vitamin, mineral dan serat dalam mencapai pola makan sehat sesuai anjuran pedoman gizi seimbang untuk kesehatan yang optimal (Hermina & S, 2016) Menurut (Khorniawati, 2014), meningkatnya kesadaran konsumen akan kandungan zat kimia yang terdapat pada

produk organik menyebabkan konsumen beralih ke produk organik yang aman bagi kesehatan. Makanan organik dianggap lebih bernutrisi dibandingkan makanan konvensional lainnya dan makanan organik mampu meningkatkan daya tahan tubuh, sedangkan tingkat persepsi yang lebih rendah para konsumen jatuh pada persepsi konsumen terhadap kualitas makanan organik (Waskito, Ananto, & Reza, 2014). Produk organik aman bagi kesehatan dan lingkungan, sehingga konsumsi makanan sehat menjadi trend yang sangat digemari di perkotaan.

Sayuran organik merupakan salah satu pilihan masyarakat untuk mencapai hidup yang sehat. Sehingga tingkat konsumsi sayuran organik meningkat. Alasan utama masyarakat mengonsumsi sayuran organik yaitu karena mengetahui manfaat sayuran

organik yang baik untuk kesehatan (Anggiasari, 2016).

Kota Bengkulu sebagai ibukota dari provinsi Bengkulu juga mengalami trend konsumsi sayuran organik yang meningkat. Sehingga pedagang sayuran organik mekin banyak dan petani sayuran organik juga bermunculan. Hal ini ditandai dengan terbentuknya komunitas sayuran organik di provinsi Bengkulu.

Sejalan dengan terbentuknya konsumen yang menginginkan sayuran organik, peningkatan permintaan sayuran organik di Provisi Bengkulu juga meningkat. Hal ini ditunjukkan dengan berdirinya beberapa farm yang menonjolkan sistem hidroponik untuk menghasilkan sayuran organik. Menurut Kepala Dinas Pertanian Kota Bengkulu, Arif Gunardi yang dikutip dari Antara Riau menyatakan bahwa sejak beberapa tahun terakhir jumlah petani sayur organik di daerah Bengkulu terus bertambah karena pendapatan dari hasil menanam sayur sangat menjanjikan.

Di Bengkulu, sayuran organik dijual dengan harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan sayuran biasa. Sehingga memberikan alternatif pilihan bagi konsumen dalam menentukan pembelian. Menurut Kotler (2012), Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Manfaat lebih yang diberikan sayuran organik dibandingkan sayuran non-organik dengan harga yang sesuai pasaran menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian (Widyastuti, 2018). Banyak penelitian yang menemukan bahwa Jumlah pendapatan keluarga per bulan, tingkat pendidikan formal, dan motivasi pembelian berpengaruh nyata (positif) terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayuran

organik (Devi & Hartono, 2016). Selain itu kepurusan dipengaruhi oleh rasio harga sayuran organik terhadap pendapatan, kebersihan dan kesegaran sayuran (Anggiasari, 2016).

Berdasarkan uraian tersebut tujuan dari penelitian ini ialah menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Kota Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada masyarakat kota Bengkulu dengan responden sebanyak 100 orang. Pemilihan jumlah responden dilakukan secara purposive sampling dimana jumlah responden yang dituju ditentukan berdasarkan jumlah kebutuhan alat analisis yaitu *Partial least square*. Penelitian dilakukan selama 1 bulan dengan menggunakan kuesioner online yang disebar kepada komunitas sayuran organik ataupun konsumen sayuran organik dari beberapa petani.

Kuesioner yang diberikan merupakan kuesioner tertutup yang mengikutsertakan skala likert 1 sampai 5. Kuesioner terlebih dahulu diuji validitas dan reabilitasnya. Kuesioner yang dibuat mengacu kepada indikator dan variabel laten yang disajikan didalam rancangan penelitian.

Hipotesis penelitian ini ialah sebagai berikut :

H1: Atribut mutu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik di kota Bengkulu

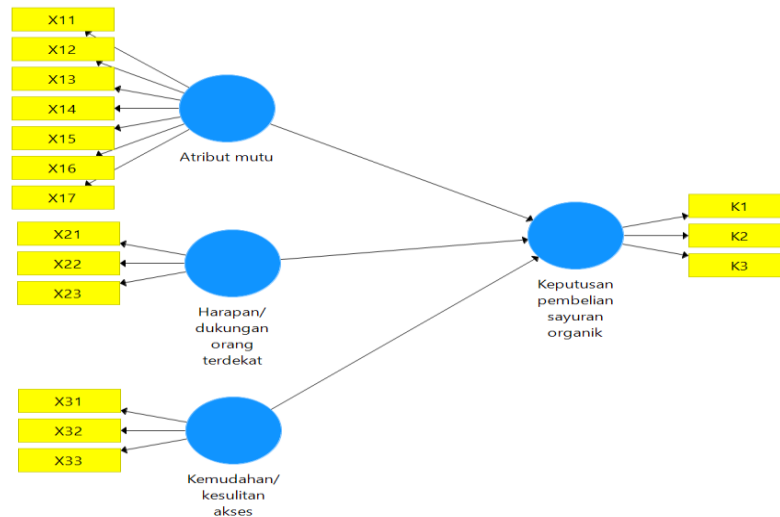
H2: Harapan /dukungan orang terdekat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik di kota Bengkulu

H3: Kemudahan/kesulitan akses berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik di kota Bengkulu.

Tabel 1. Deskripsi Variabel

Kode Variabel	Variabel Laten	Variabel manifest
X1	Atribut Mutu	
X11		Kesegaran
X12		Kualitas
X13		Harga
X14		Ukuran
X15		Rasa
X16		Kesehatan
X17		Kebersihan

X2	Harapan /dukungan orang terdekat	Anak-anak Keluarga Pasangan hidup
X21		
X22		
X23		
X3	Kemudahan/kesulitan akses	Akses pembelian Akses jasa penjualan Kemudahan mendapatkan informasi pasar
X31		
X32		
X33		



Gambar 1. Model Partial Least Square

Anaalisis data dilakukan menggunakan metode partial least square (PLS). PLS merupakan model persamaan Structural Equation Modelling (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut, PLS merupakan metode analisis yang powerfull karena tidak didasarkan pada banyak asumsi misalnya data tidak harus berdistribusi normal, sampel tidak harus besar. PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat menganalisis sekaligus konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksif dan formatif.

1. Merancang Model Struktural (inner model)

Merancang model struktural (inner model) yaitu merancang hubungan antarvariabel laten pada PLS dengan didasarkan pada hipotesis penelitian

2. Merancang Model Struktural (inner model)

Merancang model struktural (inner model) yaitu merancang hubungan antarvariabel laten pada PLS dengan didasarkan pada hipotesis penelitian.

3. Merancang Model Pengukuran (outer model)

Merancang model pengukuran (outer model) yaitu merancang hubungan variabel laten dengan indikatornya. Pada PLS perancangan outer model sangat penting, refleksif atau formatif.

4. Konstruksi Diagram Jalur

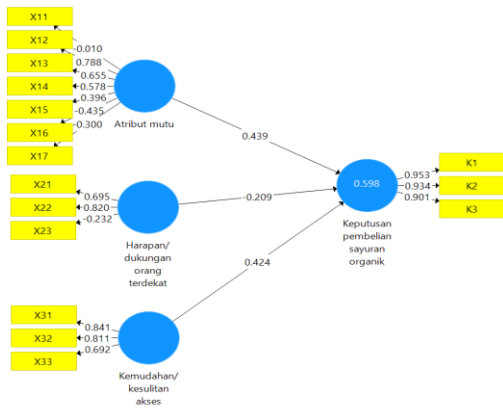
Mengkonstruksi diagram jalur berdasarkan dari perancangan outer model dan inner model. Hasil perancangan outer model dan inner model dinyatakan dalam bentuk diagram jalur agar lebih mudah dipahami.

5. Konversi Diagram Jalur ke Sistem Persamaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nilai loading factor merupakan ukuran reflektif individual yang memiliki standar 0.7 (Ghozali, 2008). Sehingga variabel manifest yang nilainya berada dibawah 0,7 harus dikeluarkan dari model. Akan tetapi nilai loading factor 0,6 masih dalam ditoleransi. Berdasarkan hasil penelitian loading factor dibawah 0.6 harus dikeluarkan dari model yaitu indikator X11, X14, X15, X16, dan X23 (gambar 2).

Setelah dikeluarkannya beberapa variabel manifest, maka di dapatkan diagram path model seperti gambar 3. Diagram path tersebut sudah mengeluarkan variabel-



Gambar 2. Grafik nilai loading factor awal

Pada penelitian ini, nilai AVE masing-masing konstruk berada di atas 0,5 Oleh karenanya tidak ada permasalahan convergen validity pada model yang diuji. Keseluruhan model dinyatakan valid.Reabilitas konstruk dinilai berdasarkan Composite reability untuk

Tabel 3 Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dan *Composite reability*

<i>Variabel Laten</i>	<i>Composite reability</i>	<i>AVE</i>
Atribut mutu	0.814	0.688
Harapan/dukungan orang terdekat	0.833	0.714
Kemudahan/kesulitan akses_	0.826	0.615
Keputusan pembelian sayuran organik	0.950	0.864

Keterangan : AVE > 0.5 = Valid
 Composite Reability > 0,6 = Realible

Evaluasi inner model dapat dilakukan menghitung nilai GoF (Goodness of fit). Nilai Gof sebesar 0,621 dan termasuk dalam kategori besar yang artinya bahwa model sudah fit dan layak untuk digunakan.

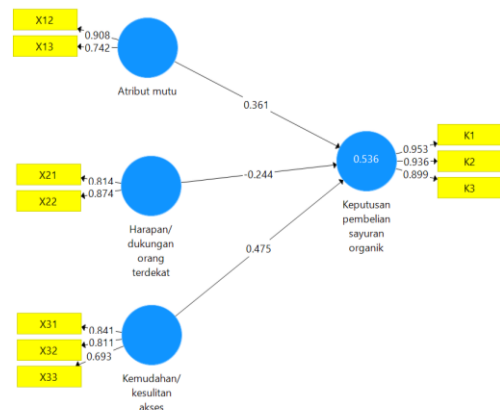
Evaluasi koefisien ialah menilai hubungan antar variabel laten yang ada di dalam model. Berdasarkan hasil pengolahan

Tabel 4. Evaluasi Koefisien

Hubungan dan pengaruh antar variabel	Koefisien	Hubungan
Atribut mutu -> Keputusan pembelian sayuran organik	0.361	Positif
Harapan/dukungan orang terdekat -> Keputusan pembelian sayuran organik	-0.240	Negatif
Kemudahan/kesulitan akses_ -> Keputusan pembelian sayuran organik	0.475	Positif

Berdasarkan hasil pengolahan data, didapatkan bahwa Atribut mutu berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayuran organik dengan nilai P Value 0,000.Harapan/dukungan orang terdekat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan

variabel yang tidak fit berada di dalam model. Mempertahankan variabel yang tidak fit akan membuat model menjadi tidak valid.



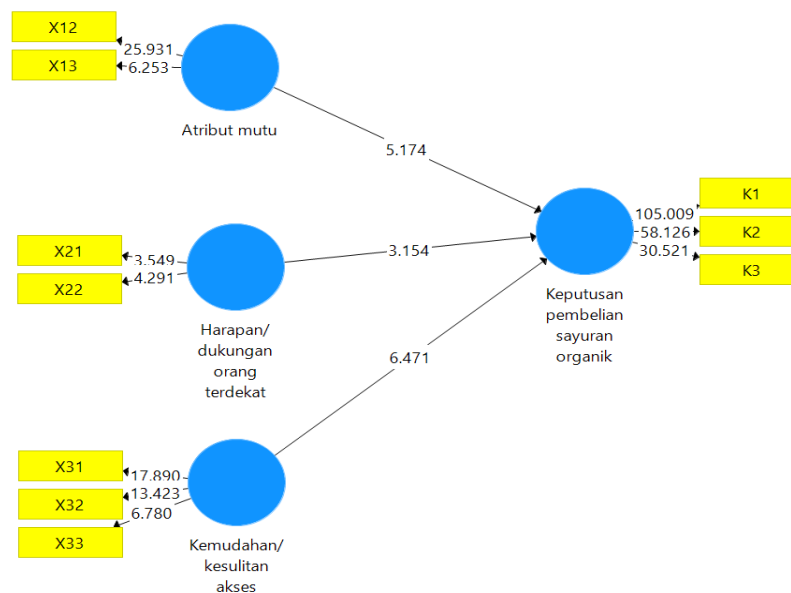
Gambar 3. Grafik nilai loading factor Akhir mengukur internal consistency dan nilainya harus diatas 0.6. Berdasarkan tabel 5 hasil pengukuran Composite reability keseluruhan berada diatas nilai 0.6 atau realibel. Hal ini mengartikan bahwa data telah konsisten dan mampu menjelaskan model.

data, hanya Harapan/dukungan orang terdekat yang memiliki hubungan negatif dengan Keputusan pembelian sayuran organik.Sementara Atribut mutu dan Kemudahan/kesulitan akses memiliki hubungan positif dengan Keputusan pembelian sayuran organik (Tabel 4).

pembelian sayuran organik dengan nilai P Value sebesar 0,002. Dan Kemudahan/kesulitan akses berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai P Value sebesar 0,000 (Tabel 5).

Tabel 5 Pengujian hipotesa

	Standar D	T Statistics	P Values	Keterangan
Atribut mutu -> Keputusan pembelian sayuran organik	0.070	5.174	0.000	Signifikan
Harapan/dukungan orang terdekat -> Keputusan pembelian sayuran organik	0.077	3.154	0.002	Signifikan
Kemudahan/kesulitan akses_ -> Keputusan pembelian sayuran organik	0.073	6.471	0.000	Signifikan



Gambar 4 Grafik Uji T

Berdasarkan hasil analisis, didapatkan bahwa atribut mutu berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayuran organik dengan nilai P Value 0,000. Harapan/dukungan orang terdekat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayuran organik dengan nilai P Value sebesar 0,002. Dan Kemudahan/kesulitan akses berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai P Value sebesar 0,000.

Atribut mutu berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayuran organik

Atribut mutu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik di kota Bengkulu. Kondisi atribut mutu sayuran organik akan sangat mempengaruhi minat responden untuk membeli sayuran tersebut. Berdasarkan data hasil analisis, hipotesis ini diterima dengan nilai T Value sebesar 5,714. Atribut mutu

terdiri dari indikator Kesegaran, Kualitas, Harga, Ukuran, Rasa, Kesehatan dan Kebersihan. Akan tetapi hanya indikator kualitas dan harga yang mampu menjelaskan atribut mutu pada sayuran organik di kota Bengkulu.

Kesegaran sayuran organik merupakan faktor penting yang harus ada disebuah sayuran. Menurut (Anom Yuarini, Satriawan, & Oka Suardi, 2015), kepuasan konsumen dengan kriteria puas dicapai oleh atribut kesegaran. Kesegaran sayuran organik menjadi indikator yang paling kuat menjelaskan atribut mutu. Alasan responden tertarik membeli yaitu karena mengetahui manfaat sayuran organik yang baik untuk kesehatan dan dipengaruhi oleh kesegarannya (Anggiasari, 2016). Kesegaran sendiri menjadi faktor kunci dalam menarik perhatian konsumen untuk membeli sayuran organik dan mencapai kepuasan.

Selain kesegaran, atribut mutu dicerminkan dengan harga sayuran organik.

Adanya tingkat kepercayaan konsumen bahwa sayuran organik dijual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan sayuran biasa (Putra, 2017; Silitonga & Salman, 2014, Rizkiyah et al, 2018;Widyastuti, 2018).Walaupun harga sayuran organik lebih mahal, namun kualitas dan manfaat yang diperoleh akan lebih baik dari sayuran non organik. Akan tetapi apabila ada pilihan toko yang menjual sayuran organik, maka konsumen akan mencari yang lebih murah. Hal ini dikarenakan konsumen di Kota Bengkulu masih sangat sensitif dengan harga produk. Faktor harga menjadi kendala besar konsumen untuk membeli produk pertanian(Khorniawati, 2014).

Harapan/dukungan orang terdekat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayuran organik

Harapan/dukungan orang terdekat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik di kota Bengkulu. Kondisi Harapan/dukungan orang terdekat akan sangat mempengaruhi keputusan responden untuk membeli sayuran tersebut. Berdasarkan data hasil analisis, hipotesis ini diterima dengan nilai T Value sebesar 3,154. Harapan/dukungan orang terdekat terdiri dari indikator harapan/dukungan anak-anak dan keluarga. Akan tetapi hanya indikator kualitas dan harga yang mampu menjelaskan variabel Harapan/dukungan orang terdekat ialah harapan/dukungan anak-anak dan keluarga pada sayuran organik di kota Bengkulu.

Anak-anak yang dimiliki oleh responden menjadi salah satu indikator yang menjelaskan harapan dan dukungan orang terdekat. Anak merupakan salah satu orang terdekat bagi responden. Keinginan responden menyajikan sayuran yang sehat sangat berpengaruh untuk mencukupi kebutuhan kesehatan anak. Hal ini menjadi penyebab keputusan pembelian sayuran organik karena ingin anak-anak yang mereka miliki selalu sehat. Menurut Parlyna & Munawaroh(2011) Dengan memberikan asupan pangan organik pada anak-anak, akan menurunkan jumlah karsinogen dalam darahnya hinggapnya 1/6 bagian, dibandingkan jika mereka diberikan makanan anorganik. Sehingga, dapat menurunkan kemungkinan terserang bermacam-macam penyakit secara signifikan.

Kelurga yang berada dirumah baik suami, anak, ayah, ibu maupun saudara yang tinggal bersama satu atap dapat digolongkan menjadi keluarga bagi konsumen. Harapan keluarga untuk mengonsumsi sayuran organik menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian sayuran organik. Faktor Keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Towoliu & Tumbuan, 2017; Debora, Sulistyowati, & Musfar, 2014)

Kemudahan/kesulitan akses berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayuran organik

Kemudahan/ kesulitan akses berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik di kota Bengkulu. Kondisi Kemudahan/ kesulitan akses akan sangat mempengaruhi keputusan responden untuk membeli sayuran tersebut. Berdasarkan data hasil analisis, hipotesis ini diterima dengan nilai T Value sebesar 6,471. Kemudahan/ kesulitan akses terdiri dari indikator Akses pembelian, Akses jasa penjualan, dan Kemudahan mendapatkan informasi pasar.

Akses pembelian menjadi faktor yang paling menjelaskan untuk menentukan keputusan pembelian sayuran organik. Akses pembelian sayuran ditinjau dari jarak pembelian dan juga kemudahan untuk mendapatkannya. Apabila sayuran organik sulit untuk dicari, maka akan keputusan pembelian tidak akan terjadi.

Keputusan pembelian akan terjadi apabila akses sayuran organik relatif mudah. Berdasarkan data dilapangan, menunjukkan bahwa penyedia jasa sayuran organik di Kota Bengkulu belum terlalu besar.

Kemudahan mendapatkan informasi pasar sayuran organik paling banyak melalui media sosial. Media sosial yang disasar oleh konsumen ialah facebook maupun instagram. Rata-rata pembeli sayuran organik merupakan pengguna sosial media sehingga mudah untuk menemukan informasi sayuran organik disosial media.

KESIMPULAN

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik ialah Atribut mutu, Harapan/dukungan, Kemudahan/kesulitan.

Atribut mutu berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayuran organik dengan nilai P Value 0,000. Harapan/dukungan orang terdekat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayuran organik dengan nilai P Value sebesar 0,002. Dan Kemudahan/kesulitan akses berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai P Value sebesar 0,000.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggiasari, et al. (2016). Sikap dan pengambilan keputusan pembelian sayuran organik oleh konsumen di kota bandar lampung. *Jiia*, 4(4), 391–397.
- Anom Yuarini, D., Satriawan, I., & Oka Suardi, I. (2015). Strategi Peningkatan Kualitas Produk Sayuran Segar Organik pada CV. Golden Leaf Farm Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 3(2), 26297.
- Debora, R., Sulistyowati, L., & Musfar, T. (2014). Pengaruh Keluarga Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kosmetika Khusus Pria Merek Garnier Men (Studi Kasus Di Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 1(2), 1–11.
- Devi, S. R. M., & Hartono, G. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Organik. *Agric*, 27(1), 60.
- Hermina, H., & S, P. (2016). Gambaran Konsumsi Sayur dan Buah Penduduk Indonesia dalam Konteks Gizi Seimbang: Analisis Lanjut Survei Konsumsi Makanan Individu (SKMI) 2014. *Buletin Penelitian Kesehatan*, 44(3), 4–10.
- Khorniawati, M. (2014). Produk Pertanian Organik Di Indonesia: Tinjauan Atas Preferensi Konsumen Indonesia Terhadap Produk Pertanian Organik Lokal. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(2), 171–182.
- Kotler, P. (2012). Kotler On Marketing. In *Kotler On Marketing*.
- Parlyna, R., & Munawaroh. (2011). Konsumsi Pangan Organik: Meningkatkan Kesehatan Konsumen Ryna Parlyna * Munawaroh *. *EconoSains*, IX(2), 157–165.
- Putra, Y. A. (2017). Analysis of Affecting Factors Which Influence the Purchase of Organic Vegetables in Medan City. *Journal of Agribusiness Science*, 01(01), 42–48.
- Rizkiansah, T., Kurniati, D., & Imelda. (2018). Analisis Faktor-Faktor Pribadi dan Psikologi pada Proses Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Pontianak (Studi Kasus Merek Sayok Kite). *Jurnal Agribisnis*, 1–13.
- Silitonga, J., & Salman, S. (2014). Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Pekanbaru. *Dinamika Pertanian*, 29(1), 79–86. Retrieved from
- Towoliu, J. E. ., & Tumbuan, W. J. F. . (2017). Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian di rumah Makan Waroeng Tepi Laut, Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 308–322.
- Waskito, D., Ananto, M., & Reza, A. (2014). Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik Di Yogyakarta. *Pelita - Jurnal Penelitian Mahasiswa UNY*, 9(01), 36–48.
- Widyastuti, P. (2018). Kualitas dan Harga sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 17.