

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Fenomena pola hidup sehat di Indonesia saat ini mulai menjadi kepentingan setiap individu. Konsumsi sayur masyarakat Indonesia mengacu pada data BPS tahun 2018 yang mencapai 173 gram per hari, masih kurang dari angka kecukupan gizi *World Health Organization* (WHO) sebesar 400 gram per hari. Hal ini pun ditanggapi oleh pemerintah melalui Peraturan Presiden No.42 Tahun 2013 tentang Gerakan Nasional Perbaikan Gizi. Perpres ini menunjukkan bahwa prioritas kesehatan adalah mengatasi masalah gizi masyarakat melalui kesadaran untuk mengkonsumsi sayur (Abdullah, 2022) . Gaya hidup sehat dengan slogan “*Back to Nature*” yang dicanangkan pemerintah telah menjadi trend baru abad ke 21. (Azis et al., 2022)

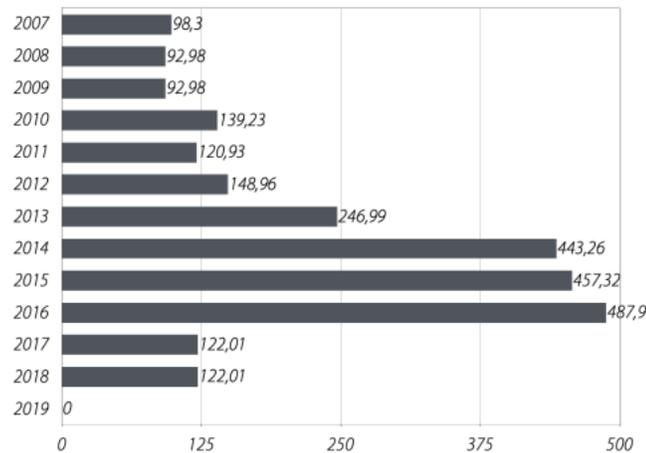
Sayuran sangat dibutuhkan untuk kesehatan karena dengan tubuh yang sehat, kita dapat melakukan segala aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kendala bisnis sayur organik meliputi terbatasnya pembeli pada lapisan masyarakat tertentu dan sulitnya mendapatkan pelanggan di pasar tradisional karena harga sayur organik yang lebih mahal dibanding sayur anorganik. (Cut Ermiat, 2021). Organicbox merupakan salah satu retail bisnis yang tetap konsisten melakukan budidaya tanaman hortikultura yang berbasis organik, terletak di Tangerang Selatan, Bintaro. (Ellsa, Hasil wawancara, 20 November 2023)

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian juga menghasilkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan variabel lain dengan keputusan pembelian. Selain itu, penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dengan keputusan pembelian Wulandari et al., (2022). Sayuran organik memiliki keunggulan karena tidak menggunakan zat kimia, sehingga aman untuk kesehatan dan lingkungan. Selain itu, sayuran organik mengandung berbagai zat yang dibutuhkan oleh tubuh, seperti zat besi, kalium, fosfor, dan kalsium, serta berbagai macam vitamin yang penting bagi kesehatan. (Sapas, 2020)

Dalam konteks bisnis, kesadaran masyarakat akan pentingnya hidup sehat dapat menjadi peluang untuk meningkatkan minat beli sayuran organik. Meskipun harga sayuran organik cenderung lebih tinggi, namun dengan meningkatnya kesadaran akan kesehatan, minat beli konsumen terhadap sayuran organik di pasar tradisional juga dapat meningkat. (Azis et al., 2022)

Pertumbuhan volume penjualan industri *healthy food* khususnya sayuran di Indonesia didorong oleh meningkatnya permintaan dari semua kelas masyarakat. Penelitian ekstensif telah memberikan bukti yang menunjukkan korelasi terbalik yang kuat antara konsumsi sayuran dan risiko berbagai jenis penyakit kronis, misalnya kanker, penyakit kardiovaskular, dan gangguan saraf (Gilmour, 2018). Tidak hanya di sebagian besar negara industri maju tetapi juga di negara yang sedang berkembang seperti Indonesia (Sholahuddin, 2022). Kebutuhan sayuran tidak hanya mengacu pada kepentingan pemenuhan konsumsi tetapi juga terkait dengan kepentingan pola hidup sehat (Karmana, 2023). Pasar sayuran di Indonesia sejak 2010 hingga 2019 mengalami peningkatan rata-rata tujuh persen per tahun. Persentase tersebut diprediksi akan terus meningkat hingga tahun 2023 (Cekindo, 2019).

Budidaya sayuran sehat harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus meningkat sistem untuk budidaya sayuran organik ini pun semakin berkembang karena masyarakat menengah atas mulai sadar atas kandungan bahaya pestisida yang ada di dalam sayuran dan sudah, sayuran organik adalah sayuran yang ditanam tanpa menggunakan bahan kimia apapun disaat proses penanamannya hingga perawatan itu sendiri (Indrayogi, Priyono, 2022). Untuk perawatannya sendiri pun lebih mudah karena tidak melibatkan bahan kimia apapun serta tidak merubah rasa pada aneka hasil panen sayuran organiknya



**Gambar 1.1 Jumlah luasan lahan sayuran organik (HA) per tahun**

Sumber : Kompilasi data SPOI 2007-2018 dan FIBL

Pada gambar 1.1. menurut (Noviyanti et al., 2021) tentang Statistik Pertanian Organik Indonesia mengalami penurunan untuk lahan sayuran organiknya dari Sumber : Kompilasi data SPOI 2007-2018 dan FIBL. Gambar 1.1 Jumlah luasan lahan sayuran organik (HA) per tahunnya mengalami penurunan wilayah untuk proses budidaya sayuran organik. Tetapi hal ini tidak membuat turun minat untuk menjual sayuran organik di salah satu bisnis retailer produk bahan makanan sehat yang ada di negara Indonesia yaitu Organicbox Bintaro. Organicbox Bintaro merupakan toko sayuran organik yang berlokasi di Kota Tangerang Selatan yang menjual produknya secara offline maupun online dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat dalam membeli makanan untuk dikonsumsi tanpa harus pergi ke pasar atau supermarket. Organicbox Bintaro telah menyediakan layanan nya berupa e-retailer [organicbox.id](http://organicbox.id) dan *social media* seperti *Facebook* dan *Instagram*.

Fokus dalam menjual sayuran organik, Organicbox Bintaro merupakan Pertanian di lahan pertanian yang ada di daerah Ciwidey Bandung dengan memperkerjakan petani lokal sekitar dan memberi arahan untuk proses tanam sesuai prosedur dan bibit tanaman terbaik dengan *grade A* untuk bibit tanam sayuranya. Jadi sayuran ini tidak menggunakan rekayasa genetika dalam proses tanamnya. [Dermawan, Hasil Wawancara, 3 November 2023).

**Tabel 1.1 Daftar Harga Sayuran Organik di Organicbox Bintaro**

No	Nama sayuran	Gram	Harga
1.	Kale Organik	250 gr	Rp. 18. 500
2.	Selada Keriting Organik	250 gr	Rp. 10.900
3.	Pakcoy Organik	250 gr	Rp. 10. 900
4.	Brokoli organik	250 gr	Rp. 19.900
5.	Kol Merah Organik	300 gr	Rp. 18.900

Sumber : Daftar harga pembelian di toko Organicbox

Dan konsumen dipastikan untuk mendapatkan beragam sayuran organik dengan kualitas baik secara langsung dari para petani serta para produsen lokal. Dalam sebulan, Organicbox Bintaro mampu memanen 400 kilogram sayurannya yang meliputi kale, kangkung, dan lain-lain. Dengan harga Kale organik Rp. 18.900 / 250 gr, Selada keriting organik Rp. 10.900/ 250 gr, Pakcoy organik Rp. 10.900 / 250 gr, Brokoli organik Rp. 19.900/250 gr, dan Kol merah organik Rp. 18.900 / 300 gr. Diperjual belikan dalam ukuran gram karena sayuran yang diperjual belikan memang sudah diukur takaran porsi nya untuk satu kali makan saja. Hal ini karena sayuran tidak bisa bertahan lama di suhu ruangan.

**Tabel SEQ Tabel\_ \\* ARABIC 2.1 Hasil Penjualan Sayuran Organik di Organicbox Bintaro per tahun**

Tahun	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
2020	592.761.645	597.801.501	688.269.425	641.824.684	580.541.793	602.264.447	688.348.822	576.859.435	683.766.227	566.880.912	667.484.487	636.022.816
2021	651.331.102	631.839.913	614.071.295	661.432.300	656.586.537	662.033.693	691.141.034	695.794.799	621.810.913	592.343.640	662.155.907	660.968.812
2022	618.570.448	642.986.895	670.306.500	645.687.957	691.364.384	667.942.375	653.745.853	599.965.702	596.177.370	597.492.343	600.978.522	630.798.236

Sumber: data keuangan Organicbox Bintaro

Pada gambar 2.1 Hasil Penjualan Sayuran Organik di *Organicbox* Bintaro untuk data hasil penjualannya yang direkap secara perbulan, sumber yang diperoleh dari data keuangan *Organicbox* Bintaro. Dengan harga yang cukup tinggi untuk sayuran organik hal ini tidak berpengaruh pada minat pembeli konsumen di *Organicbox* Bintaro. Justru dengan kualitas sayuran terbaik yang ada di *Organicbox*

Bintaro untuk penjualan sayur organiknya saja perbulannya bisa mencapai Rp.630.798.236 ini yang diambil pada bulan November 2022.

**Tabel 3.1 Jumlah konsumen pembelian sayuran organik di Organicbox Bintaro  
Mei 2023 – Oktober 2023**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>
Mei 2023	400
Juni 2023	250
Juli 2023	460
Agustus 2023	290
September 2023	250
Oktober 2023	350
<b>Total</b>	<b>2.000</b>

**Sumber : Data Internal Organicbox Bintaro 2023**

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah pembeli pada bulan Mei 400 konsumen, pada bulan Juni 250 konsumen, pada bulan Juli 460 konsumen, pada bulan Agustus 290 konsumen, pada bulan September 250 konsumen, pada bulan Oktober 350 konsumen.

Dalam mengenal konsumen perlu dipelajari tentang strategi menarik konsumen dan perilaku konsumen sebagai perwujudan dari kebutuhan apa yang mereka cari. Perilaku konsumen adalah suatu proses yang sangat berkaitan dengan adanya pembelian mengenai suatu produk. Disaat konsumen melakukan aktivitas tersebut untuk melakukan pencarian terhadap kebutuhan yang mereka cari, lalu melakukan proses penelitian dan proses evaluasi produk ataupun jasa. Perilaku konsumen ini yang sangat mendasari keputusan dalam pembelian sebagai akhir dari proses penjualan.(Sagita, 2022)

Salah satu tujuan konsumen untuk mengkonsumsi sayuran organik adalah agar terhindar dari bahaya paparan pestisida yang ada di sayuran, hal ini bisa

menyebabkan kerusakan pada organ tubuh apabila dikonsumsi dalam jangka panjang. Dan pestisida ini juga berdampak pada kerusakan hormon yang ada dalam tubuh manusia. Dari segi tampilan memang lebih bagus sayuran non-organik yang dilindungi pestisida agar tidak digigit serangga ataupun cacing, tetapi dari segi kesehatan untuk dikonsumsi akibat paparan pestisida dan dampak terhadap lingkungan hidup ini bisa menjadi masalah yang berkepanjangan karena selain kerusakan organ dalam pada manusia bisa berisiko mencemari tanah dan air yang ada di pertanian apabila terus menerus digunakan.

Berdasarkan penelitian dari (Hariadi et al., 2021) mengungkapkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas menjadi keputusan pembeli serta harga jual yang tinggi akan mempengaruhi kualitas suatu produk yang akan diperjual belikan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Satria, 2017) menyatakan bahwa pola hidup sehat masyarakat tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik, berarti kualitas produk yang diperjual belikan tidak berpengaruh terhadap keputusan harga jual sebagai keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil dari penelitian (Nirma, 2018) diungkapkan bahwa kualitas produk terhadap keputusan pembelian suatu produk secara signifikan berpengaruh karena konsumen percaya apabila dengan bahan yang terbaik diperjual belikan maka kualitas yang akan didapatkan semakin bagus. Berbeda dengan (Pengaruh et al., 2019) membahas mengenai pengaruh kualitas pada harga dalam suatu pembelian terhadap minat beli mempunyai pengaruh yang positif.

Berdasarkan pengaruh diatas dijelaskan bahwa peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian untuk diteliti pengaruhnya terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Dengan demikian penelitian dengan judul: **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYUR ORGANIK DI ORGANICBOX BINTARO”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah kita dapat mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian sayuran organik di *Organicbox* Bintaro?
2. Apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian sayuran organik di *Organicbox* Bintaro?
3. Apakah terdapat pengaruh yang simultan antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sayuran organik di *Organicbox* Bintaro?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah langkah pertama yang sangat penting sebelum memulai proses menganalisa sebuah masalah yang sedang dihadapi. Karena dengan adanya penelitian masalah yang akan lebih jelas dan tahu cara menyelesaikannya lebih terarah. Adapun tujuan dari penelitian ini diadakan yaitu:

1. Mengetahui terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian sayuran organik di *Organicbox* Bintaro.
2. Mengetahui terdapat pengaruh yang antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian sayuran organik di *Organicbox* Bintaro.
3. Mengetahui terdapat pengaruh yang simultan antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sayuran organik di *Organicbox* Bintaro.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Penulis**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa membuat bertambahnya ilmu pengetahuan penulis selama melaksanakan perkuliahan. Dan bisa memberi masukan positif dari kualitas produk sebagai keputusan pembelian.

#### **2. Bagi Universitas**

Diharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan kontribusi penambahan pengetahuan untuk Universitas Pembangunan Jaya Bintaro khususnya manajemen *marketing*, yang dapat menjadi bahan literatur perpustakaan di bidang penelitian terhadap pengaruh keputusan pembelian terhadap sayuran organik di *Organicbox* Bintaro

#### **3. Bagi Perusahaan**

Peneliti mengharapkan ini bisa menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi Organicbox Bintaro terkait harga penjualan sayuran organik agar bisa menunjukkan kualitas produknya lebih unggul lagi agar keputusan pembelian konsumen semakin kuat dan bisa bertambahnya konsumen baru di *Organicbox*.

