

4. PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden

Karakteristik responden yang ada dalam penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pendapatan per bulan. Pengetahuan akan karakteristik responden ini dibutuhkan untuk dapat mengetahui faktor – faktor yang menyebabkan responden mengkonsumsi sayuran organik. Terdapat 2 kategori responden, yaitu yang mengkonsumsi sayuran organik dan yang tidak mengkonsumsi sayuran organik. Karakteristik pertama yaitu berdasarkan jenis kelamin. Pada penelitian ini ditunjukkan bahwa lebih banyak responden berjenis kelamin perempuan yang mengkonsumsi sayuran organik dengan persentase sebesar 66% dan yang berjenis kelamin laki – laki hanya 34%. Hasil tersebut sesuai dengan pernyataan dari Hughner *et al.* (2007) bahwa sebagian besar konsumen produk organik adalah perempuan, keluarga yang memiliki anak dan yang berusia lebih tua. Sedangkan untuk responden yang tidak mengkonsumsi sayuran organik, terdapat 60% perempuan dan 40% laki – laki.

Pada hasil penelitian ditunjukkan bahwa responden yang mengkonsumsi sayuran organik sebagian besar berada pada rentang usia 26 – 35 tahun (masa usia dewasa awal). Sumarwan (2003) menjelaskan bahwa faktor usia merupakan faktor yang akan memberikan pengaruh pada perilaku seseorang untuk memberikan sebuah keputusan. Kotler & Armstrong juga menambahkan dimana usia merupakan faktor pribadi yang akan mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian pada suatu produk. Sedangkan untuk responden yang tidak mengkonsumsi sayuran organik sebagian besar responden berada dalam kategori masa usia remaja akhir.

Menurut Sumarwan (2003), tingkat pendidikan seseorang dapat mempengaruhi cara berpikir, cara pandang bahkan persepsi dalam menyelesaikan suatu masalah, yang berarti secara tidak langsung akan mempengaruhi persepsi pada sayuran organik. Seseorang dengan pendidikan yang lebih tinggi diharapkan akan lebih selektif dan lebih merespon sebuah informasi. Penelitian yang dilakukan Gracia & Magistris (2007) menunjukkan bahwa pendidikan juga dilaporkan menjadi faktor cukup signifikan untuk mempengaruhi seseorang agar mengarah pada produk organik. Hal ini sesuai dengan

hasil penelitian yang dilakukan, karena sebagian besar responden yang mengkonsumsi sayuran organik memiliki pendidikan terakhir sebagai sarjana.

Profil responden berikutnya yaitu pekerjaan dan pendapatan. Pekerjaan yang dimiliki oleh sebagian besar responden adalah karyawan swasta, baik yang mengkonsumsi sayuran organik atau yang tidak mengkonsumsi. Sedangkan pendapatan yang diterima setiap bulannya sebanyak 52% mendapat Rp 2.500.000 hingga Rp 5.000.000 untuk yang mengkonsumsi sayuran organik dan 30% mendapat Rp 500.000 hingga Rp 2.500.000 untuk yang tidak mengkonsumsi sayuran organik. Dari kedua pendapatan tersebut dapat dilihat bahwa responden yang mengkonsumsi sayuran organik memiliki pendapatan lebih besar jika dibandingkan dengan yang tidak mengkonsumsi sayuran organik. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan Arya *et al.* (2009) bahwa pendapatan yang tinggi juga cukup mempengaruhi sebuah keputusan untuk membeli pangan organik.

4.2. Pengetahuan Tentang Sayuran Organik

Saat ini masyarakat sudah semakin sadar akan kehidupan yang sehat. Kondisi tersebut harus diimbangi dengan menjaga lingkungan serta menjaga asupan makanan yang akan dikonsumsi. Dengan adanya kesadaran masyarakat yang sudah semakin meningkat maka komoditas sayuran mulai dikembangkan menjadi produk yang bebas residu atau biasa disebut sayuran organik. Pengetahuan dari masyarakat akan sayuran organik juga akan memberikan pengaruh pada pandangan mereka terhadap sayuran organik. Dari survei yang telah dilakukan, jawaban terbanyak dari responden yang mengkonsumsi sayuran organik terdapat pada pernyataan ramah lingkungan dengan jumlah 32 dari 50 orang yang menjawab pilihan sangat setuju. Sedangkan untuk responden yang tidak mengkonsumsi sayuran organik jawaban terbanyak terdapat pada pernyataan “ramah lingkungan” dan “proses produksi aman” dengan masing – masing sebesar 25 dari 50 orang yang menjawab pilihan setuju. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Isdiayanti (2007) yang menjelaskan bahwa lingkungan pertanian sayuran organik lebih aman dan ramah, khususnya terhadap ekosistem lingkungan hidup seperti tanah, udara dan air, dan juga tidak melibatkan pestisida ketika proses produksi. Menurut Roitner *et al.* (2008), pertanian organik dikatakan lebih baik dari non organik karena

mengutamakan atau mengandalkan bahan – bahan alami tanpa menggunakan bahan – bahan kimia. Sehingga pernyataan sayuran organik diproses dengan aman merupakan sesuatu yang tepat karena mengandalkan bahan – bahan alami yang memang lebih baik dari bahan tambahan kimia. Dangour *et al.* (2009) menambahkan bahwa sayuran organik memang tidak bisa seutuhnya dikatakan bebas pestisida karena bisa saja terkontaminasi melalui udara atau air, namun memang lebih aman jika dibandingkan dengan sayuran yang terkena pestisida secara langsung.

Pada hasil penelitian telah ditunjukkan hasil korelasi antar aspek pernyataan terkait dengan pengetahuan untuk responden yang mengkonsumsi sayuran organik. Terdapat 5 korelasi yang terbentuk dan korelasi yang terkuat ada pada pernyataan “tanpa pestisida” dengan “ramah lingkungan” dengan nilai sebesar 0,682($p < 0,01$). Didukung dengan pendapat dari Roitner *et al.* (2008) yang menyatakan bahwa lingkungan yang baik berkaitan dengan penggunaan pestisida yang digunakan pada bidang pertanian. Namun, untuk yang tidak mengkonsumsi sayuran organik korelasi terkuat terdapat pada pernyataan “nutrisi dan gizi tinggi” dengan “proses produksi aman” sebesar 0,721($p < 0,01$). Korelasi yang terbentuk tersebut sesuai dengan pernyataan dari Nurhidayanti dkk (2008) bahwa pertanian organik ialah teknik budidaya pertanian yang mengutamakan atau mengandalkan bahan – bahan alami tanpa menggunakan bahan – bahan kimia. sehingga dikatakan melalui proses yang aman karena mengandalkan bahan alami serta kandungan nutrisi dan gizi yang dimiliki sayuran organik juga lebih tinggi karena tidak tercemar dengan bahan kimia.

4.3. Persepsi Tentang Sayuran Organik

Penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh Yiridoe *et al.* (2005), menyatakan bahwa persepsi konsumen organik adalah mengenai keamanan pangan, pengaruh untuk lingkungan, kesehatan manusia, rasa, nilai nutrisi dan visual yang menarik. Kepercayaan bahwa produk organik lebih aman dan ketersediaan informasi produk juga mendukung tujuan untuk membeli produk pangan organik.

Dari hasil penelitian jawaban terbanyak terkait dengan persepsi ada pada pernyataan “aman dikonsumsi”, baik untuk responden yang mengkonsumsi sayuran organik

maupun responden yang tidak mengonsumsi sayuran organik dengan jumlah masing – masing 26 dan 31 dari 50 orang yang memilih jawaban setuju. Persepsi dari responden bahwa sayuran organik aman dikonsumsi sesuai dengan Yanti (2005) bahwa tujuan utama dari pertanian organik ini jelas untuk menyediakan produk pertanian yang mengutamakan keamanan pangan serta tidak memberikan efek buruk bagi lingkungan.

Tabel 12 dan Tabel 13 menunjukkan bahwa korelasi terkuat yang terbentuk untuk persepsi adalah pernyataan “baik untuk kesehatan” dengan rasa lebih enak” sebesar 0,682($p < 0,01$) dan 0,539($p < 0,01$). Sesuai dengan Ahmad & Juhi (2010) yang menegaskan bahwa motivasi utama dari pengonsumsi produk organik karena produk organik baik untuk kesehatan dan juga aman untuk lingkungan. Sedangkan untuk persepsi rasa lebih enak belum didukung lebih lanjut dengan uji secara ilmiah. Penelitian yang dilakukan oleh Hjelmar (2011), hanya ada pendapat dari para konsumen bahwa produk organik memiliki rasa yang lebih enak dan lebih alami.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa responden memperoleh informasi mengenai sayuran organik dari media elektronik (televisi, *handphone*, radio) baik yang mengonsumsi sayuran organik (62%) maupun yang tidak mengonsumsi sayuran organik (30%). Hjelmar (2011) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa melakukan iklan atau promosi melalui sosial media atau media cetak juga akan memberikan pengaruh pada konsumen untuk membangun sebuah paradigma yang baik. Selain itu responden untuk kedua kategori beranggapan bahwa sayur organik hanya dapat ditemukan di supermarket dengan persentase sebesar 34% dan 62%. Sesuai dengan pendapat dari Hjelmar (2011) yang menyatakan bahwa sayuran organik akan lebih mudah didapatkan di kota besar terutama di pasar modern atau toko yang khusus menjual produk organik sedangkan di kota kecil masyarakat masih awam dengan produk bertema organik. Kotler dan Keller (2007) menambahkan lokasi merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi minat belanja dari seseorang terutama untuk pemasaran barang ritel.

4.4. Perilaku Konsumsi Sayuran Organik

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk mengonsumsi sebuah produk. Alasan terbesar responden yang mengonsumsi sayuran organik memilih sayuran organik karena mereka sadar bahwa sayur organik memang baik atau dapat dikatakan percaya pada label organik, sebanyak 35 dari total 50 orang menjawab pilihan jawaban setuju. Hal tersebut sesuai dengan Thio (2008), konsumen yang percaya bahwa produk bahan pangan dengan harga lebih tinggi maka akan memiliki rasa dan kualitas lebih baik. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hjelmar (2011) terdapat pernyataan bahwa produk berlabel organik memang cenderung memiliki harga yang lebih mahal jika dibandingkan dengan produk konvensional. Pernyataan yang didapat dari kedua literatur tersebut menunjukkan bahwa sayur organik memiliki harga yang lebih mahal, sehingga sebagian responden beranggapan bahwa memang produk berlabel organik baik untuk dikonsumsi. Berbeda dengan perilaku responden yang mengonsumsi sayuran organik, responden yang tidak mengonsumsi memilih sayuran organik dapat menunjang gaya hidup dengan jumlah sebanyak 35 dari total 50 orang memilih jawaban tidak setuju. Hal tersebut tidak sesuai dengan pernyataan dari Chinnici *et al.* (2002) bahwa konsumen menunjukkan respon positif terhadap produk makanan organik karena dianggap lebih sehat jika dibandingkan dengan produk makanan konvensional. Yang berarti masyarakat sudah sadar akan pentingnya menjalani kehidupan yang sehat, sehingga mengonsumsi sayuran organik dianggap akan menunjang gaya hidup sehat mereka.

Diketahui bahwa korelasi terkuat terdapat pada pernyataan “menunjang gaya hidup” dan “mengikuti sebuah *trend*” sebesar 0,561 ($p < 0,01$). pada responden yang mengonsumsi sayuran organik. Sedangkan untuk responden yang tidak mengonsumsi terdapat korelasi pada pernyataan “percaya pada label organik” dengan “kemajuan jaman” sebesar 0,675 ($p < 0,01$). Kedua korelasi yang terbentuk tersebut sesuai dengan pustaka yang ada bahwa kesadaran masyarakat untuk hidup sehat semakin tinggi sehingga permintaan produk organik semakin meningkat, dibuktikan dari survei Fibl tahun 2016 yang menunjukkan bahwa Indonesia telah masuk dalam 10 negara dengan peningkatan luas lahan organik yang cukup besar. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tingginya permintaan akan produk organik maka luas lahan pertaniannya pun

mengalami peningkatan. Kemudian responden percaya bahwa label organik memang baik untuk dikonsumsi, sesuai dengan pernyataan dari Thio (2008) bahwa salah satu perilaku konsumen organik adalah *hedonists* yang memiliki arti sebagai konsumen yang percaya bahwa produk bahan pangan dengan harga yang lebih tinggi maka akan memiliki rasa dan kualitas yang baik. dan kepercayaan tersebut muncul karena kemajuan jaman saat ini banyak produk pangan yang dianggap tidak menyehatkan. Konsumen yang tidak mengkonsumsi sayuran organik termasuk dalam kategori *late majority adopter* yang merupakan pengikut akhir dalam penerimaan inovasi. Kelompok ini perlu waktu yang cukup lama untuk bisa menerima sebuah inovasi baru. Cirinya: skeptis, menerima karena pertimbangan ekonomi atau tekanan sosial, dan terlalu hati-hati.

4.5. Hubungan Pengetahuan dan Persepsi

Dari hasil survei pada responden yang mengkonsumsi sayuran organik, terdapat 15 korelasi yang terbentuk antara pengetahuan dan persepsi. Namun yang terkuat ada pada pernyataan “proses produksi aman” dan “hygienis” sebesar 0,702 ($p < 0,01$). Pengetahuan responden akan proses produksi sayuran organik aman telah sesuai dengan Isdiyanti (2007) yang menjelaskan bahwa lingkungan pertanian sayuran organik lebih aman dan ramah, khususnya terhadap ekosistem lingkungan hidup seperti tanah, udara dan air, dan juga tidak melibatkan pestisida ketika proses produksi. Namun untuk persepsi bahwa sayuran organik higienis kurang tepat karena menurut Dangour *et al.* (2009) meski pada saat proses produksi sayuran organik terbebas dari pestisida, sayuran organik tersebut masih bisa dicemari oleh udara dan unsur hara lingkungan sekitar.

Pada reponden yang tidak mengkonsumsi sayuran organik, korelasi terkuat ada pada pernyataan “nutrisi dan gizi tinggi” dan “hygienis” sebesar 0,623 ($p < 0,01$). Pengetahuan responden akan sayuran organik memiliki nutrisi dan gizi yang tinggi sesuai dengan pernyataan dari Saba & Messina (2003) bahwa produk organik lebih menyehatkan jika dibandingkan dengan produk konvensional, karena tidak adanya keterlibatan dari residu pestisida. Namun untuk persepsi bahwa sayuran organik higienis kurang tepat karena menurut Dangour *et al.* (2009) meski pada saat proses

produksi sayuran organik terbebas dari pestisida, sayuran organik tersebut masih bisa dicemari oleh udara dan unsur hara lingkungan sekitar.

Sehingga dari dua kategori responden sudah didasari dengan pengetahuan yang sesuai namun belum membentuk sebuah persepsi yang tepat. Ivancevich *et al.* (2007) menyatakan bahwa persepsi merujuk pada pengetahuan tertentu. Hal tersebut muncul kapan pun stimulus mengaktifkan indera karena persepsi melibatkan kognisi (pengetahuan).

4.6. Hubungan Pengetahuan dan perilaku

Responden yang mengkonsumsi sayuran organik memiliki korelasi terkuat antara pengetahuan dan perilaku pada pernyataan “proses produksi aman” dengan “memiliki pengetahuan” sebesar 0,534 ($p < 0,01$). Pengetahuan responden mengenai proses produksi sayuran organik bersifat aman sesuai dengan Roitner *et al.* (2008), pertanian organik dikatakan lebih baik dari non organik karena mengutamakan atau mengandalkan bahan – bahan alami tanpa menggunakan bahan – bahan kimia. Karena tidak adanya keterlibatan bahan kimia, dapat dikatakan bahwa proses produksinya bersifat aman. Lalu untuk perilaku responden bahwa mereka memiliki pengetahuan juga sesuai dengan adanya penelitian Vlosky *et al.* (2009), konsumen yang memiliki pengetahuan tinggi terhadap produk organik cenderung rela membayar lebih untuk konsumsi produk organik.

Sedangkan untuk responden yang tidak mengkonsumsi, terdapat 7 korelasi antara pengetahuan dan perilaku. Korelasi terkuat ada pada pernyataan “tanpa pestisida” dengan “percaya pada label organik” sebesar 0,470 ($p < 0,01$). Pengetahuan responden mengenai sayuran organik tidak menggunakan pestisida didukung dengan Dangour *et al.* (2009) yang menyatakan bahwa pangan organik tidak menggunakan pestisida, meski begitu tidak bisa dikatakan jika sayuran organik bebas dari kontaminasi karena bisa saja terkontaminasi dari udara dan lingkungan sekitar. Untuk perilaku responden yang lebih percaya pada label organik sesuai dengan Thio (2008) bahwa pangan organik dan yang memiliki harga lebih tinggi akan memiliki rasa serta kualitas yang baik.

4.7. Hubungan Persepsi dan Perilaku

Pada tabel 20 menunjukkan hasil korelasi antara persepsi dan perilaku untuk responden yang mengkonsumsi sayuran organik. Ditunjukkan bahwa ada 21 korelasi dan korelasi yang terkuat terdapat pada pernyataan “hygienis” dengan “memiliki pengetahuan” sebesar 0,629 ($p < 0,01$). Persepsi responden mengenai sayuran organik itu higienis belum sesuai karena Dangour *et al.* (2009) menyatakan meski pada saat proses produksi sayuran organik terbebas dari pestisida, sayuran organik tersebut masih bisa dicemari oleh udara dan unsur hara lingkungan sekitar. Kemudian untuk perilaku responden yang memiliki pengetahuan sesuai dengan adanya penelitian Vlosky *et al.* (2009), konsumen yang memiliki pengetahuan tinggi terhadap produk organik cenderung rela membayar lebih untuk konsumsi produk organik.

Lain halnya dengan responden yang tidak mengkonsumsi sayuran organik. Terdapat 14 korelasi namun yang terkuat ada pada pernyataan “hygienis” dengan “kemajuan jaman” sebesar 0,536 ($p < 0,01$). Persepsi responden tentang sayuran organik higienis belum tepat karena tidak sesuai dengan Dangour *et al.* (2009) meski pada saat proses produksi sayuran organik terbebas dari pestisida, sayuran organik tersebut masih bisa dicemari oleh udara dan unsur hara lingkungan sekitar. Sedangkan untuk perilaku responden yang mengkonsumsi sayuran organik karena kemajuan jaman telah sesuai dengan kesadaran masyarakat untuk hidup lebih sehat semakin tinggi sehingga permintaan produk organik semakin meningkat, dibuktikan dari survei Fibl tahun 2016 yang menunjukkan bahwa Indonesia telah masuk dalam 10 negara dengan peningkatan luas lahan organik yang cukup besar. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tingginya permintaan akan produk organik maka luas lahan pertaniannya pun mengalami peningkatan.

Kedua penjelasan di atas sudah tepat, bahwa memang terdapat hubungan antara persepsi dan perilaku. Ferguson dan Bargh (2004) menjelaskan bahwa terdapat asumsi jika perilaku tidak dapat dipresentasikan secara fisik melainkan otomatis diaktifkan saat persepsi muncul. Perilaku dan persepsi saling berhubungan erat dalam memori otak manusia. Namun pada hasil penelitian yang dilakukan, perilaku konsumsi responden belum didasari dengan persepsi yang tepat.

4.8. Hubungan Pengetahuan, Persepsi, dan Perilaku Konsumsi

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, diketahui bahwa antara variabel memiliki korelasi yang nilai nya berbeda – beda. Pada responden yang mengkonsumsi sayuran organik, korelasi terkuat terdapat pada persepsi dan perilaku dengan jumlah sebanyak 21 korelasi, sedangkan pada responden yang tidak mengkonsumsi sayuran organik, korelasi terkuat terdapat pada pengetahuan dan persepsi dengan jumlah sebanyak 15 korelasi. Kedua hasil tersebut juga didukung dengan adanya Tabel 23 yang menunjukkan hasil korelasi dari pengetahuan, persepsi, dan perilaku. Tabel 23 membuktikan bahwa korelasi antara persepsi dan perilaku memang kuat karena memiliki nilai korelasi sebesar 0,704 ($p < 0,01$) untuk responden yang mengkonsumsi sayuran organik, sedangkan untuk responden yang tidak mengkonsumsi sayuran organik korelasi terkuat yaitu antara pengetahuan dan persepsi dengan nilai sebesar 0,567 ($p < 0,01$).

Dari hasil yang ada, terdapat perbedaan antara yang mengkonsumsi sayuran organik dan yang tidak mengkonsumsi sayuran organik. Pada responden yang mengkonsumsi sayuran organik korelasi terkuat terdapat pada persepsi dan perilaku, yang berarti itu telah sesuai dengan Ferguson dan Bargh (2004) bahwa perilaku dan persepsi saling berhubungan erat dalam memori otak manusia. Perilaku merupakan respon dari adanya bentuk – bentuk pengetahuan sosial yang secara otomatis akan timbul karena adanya pemahaman terhadap stimulus sosial. Sedangkan persepsi merupakan sebuah respon dari pemahaman terhadap stimulus sosial yang pada akhirnya akan membentuk memori dalam menyusun pengetahuan terkait. Sehingga para pengkonsumsi sayuran organik ini telah dapat menginterpretasikan stimulus dari persepsi ke dalam bentuk perilaku konsumsi. Lain halnya dengan responden yang tidak mengkonsumsi sayuran organik, korelasi terkuat yang terbentuk yaitu antara pengetahuan dan persepsi. Menurut Ivancevich *et al.* (2007) persepsi merujuk pada pengetahuan tertentu. Hal tersebut muncul kapanpun stimulus mengaktifkan indera. Persepsi melibatkan kognisi (pengetahuan). Oleh karena itu, persepsi merupakan sebuah interpretasi objek, simbol, dan orang yang didasarkan pada pengalaman kita. Singkatnya, persepsi akan merangsang stimulus, lalu mengorganisasikan stimulus, kemudian menerjemahkan atau menginterpretasikan stimulus yang terorganisasi untuk mempengaruhi perilaku. Namun

penjelasan tersebut tidak sesuai dengan hasil yang ada pada responden yang tidak mengkonsumsi sayuran organik, karena mereka tidak dapat merealisasikan pengetahuan dan persepsi yang dimiliki ke dalam sebuah bentuk perilaku konsumsi.

Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting untuk membentuk sebuah perilaku atau tindakan dari seseorang. Apabila perubahan perilaku didasari dengan pengetahuan dan sikap yang positif maka akan menyebabkan langgengnya perilaku (*long lasting*) (Notoatmodjo, 2007). Namun Ferguson dan Bargh (2004) menambahkan bahwa Perilaku dan persepsi saling berhubungan erat dalam memori otak manusia. Perilaku merupakan respon dari adanya bentuk – bentuk pengetahuan sosial yang secara otomatis akan timbul karena adanya pemahaman terhadap stimulus sosial. Sedangkan persepsi merupakan sebuah respon dari pemahaman terhadap stimulus sosial yang pada akhirnya akan membentuk memori dalam menyusun pengetahuan terkait. Sehingga jika dibuat suatu keutuhan, maka pengetahuan yang benar akan membentuk sebuah persepsi yang tepat dan memunculkan respon perilaku yang sesuai.

