

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Makanan adalah hal yang utama bagi setiap individu. Kita sudah tidak asing lagi mendengar tentang 4 sehat 5 sempurna, yang menjadi budaya dalam memilih menu sehari-hari. Sejahtera ini masyarakat masih mengkonsumsi bahan makanan konvensional. Dengan perkembangan teknologi pertanian, banyak bahan-bahan sayuran menggunakan pestisida namun di beberapa negara sudah mulai menerapkan masyarakatnya untuk mengkonsumsi makanan organik. Di Indonesia mengkonsumsi makanan organik belum menjadi kebiasaan. Di negara lain mengapa konsumen membeli atau tidak membeli makanan organik, Lockie et al (2002) menemukan bahwa sejauh ini merupakan motivator kuat untuk membeli organik adalah kesehatan (dikutip dari penelitian Jay Dickieson, 2009).

Faktanya tidak semua makanan yang kita konsumsi ditanam atau dihasilkan melalui proses yang benar-benar steril. Bahan makanan yang sehat merupakan bahan makanan yang tumbuh dan dijual melalui proses pengolahan dengan tidak memakai bahan kimia. Bahan organik merupakan alternatif yang lebih baik daripada bahan yang ditanam dengan proses kimia yang banyak. Selain itu yang perlu diperhatikan dari makanan itu sendiri adalah terjangkau kebersihan dan tidak dari kontaminasi dari bakteri.

Jika dalam pengolahannya tidak bersih akan mengakibatkan gangguan kesehatan kita dan lingkungan sekitar. Menurut artikel *FoxNewsHealth* yang sudah diterbitkan pada majalah *prevention* (2/12/2011) antara lain:

Ahli pertanian menyarankan jangan mengonsumsi bahan makanan yang bukan organik. Akar sayuran dapat menyerap herbisida, pestisida, dan fungisida dari tanah. Solusinya adalah pilihlah buah dan sayuran organik.

Peneliti makanan organik menyarankan untuk tidak makan Apel yang disemprot dengan pestisida. Apel adalah individu yang dicangkokkan atau diturunkan dari satu pohon. Sehingga setiap varietas mempertahankan rasa yang khas. Dengan demikian, apel tidak mengembangkan resistensi terhadap hama. "Paparasi pestisida dapat berbahaya bagi kesehatan, yaitu berperan dalam perkembangan beberapa kanker dan penyakit Parkinson," kata Mark Kastel seorang peneliti mengenai makanan. Dengan pemaparan di atas hendaknya kita lebih peduli terhadap makanan yang kita konsumsi setiap harinya.

Petanian organik adalah suatu sistem produksi yang mengabaikan atau meminimalkan penggunaan pupuk sintetis, pestisida, dan bahan-bahan yang mempercepat pertumbuhan dan bahan aditif lainnya (Ahmad:2007). Menurut organikfact.com USA, ada beberapa keunggulan pada makanan organik. Secara umum, konsumen makanan organik, manufaktur dan petani sangat percaya dalam makanan organik memiliki manfaat yang lebih dari pada makanan non organik contohnya kesehatan yang lebih baik dikarenakan makanan organik tidak menggunakan pupuk kimia dan pestisida, tidak mengandung jejak-jejak bahan kimia kuat dan tidak dapat mempengaruhi tubuh manusia, lalu ditunjang dengan

rasa yang lebih baik, dengan pola pikir masyarakat sekarang, masyarakat sangat percaya bahwa makanan organik rasanya lebih enak dari makanan organik non. Alasan utama untuk keyakinan ini adalah bahwa hal itu diproduksi menggunakan sarana produksi organik. Makanan organik pun dijual secara lokal dan cepat bertujuan untuk kesegaran produk .

Lalu faktor-faktor yang mendukung dimana lingkungan keamanan pada makanan organik, tidak adanya bahan kimia yang berbahaya yang digunakan dalam pertanian organik, minimal tanah, polusi air, dan udara. Sehingga memastikan dunia yang aman bagi generasi mendatang untuk hidup masuk, dan aspek yang paling penting kesejahteraan hewan dalam memproduksi susu organik , daging organik, unggas organik, dan ikan organik.

Sejauh ini perkembangan organik dunia sangat maju Lembaga Soil Association berpendapat bahwa pertumbuhan yang tinggi terus terjadi di pasar organik Eropa dan di Amerika Serikat, yang merupakan pasar terkemuka organik di dunia. Tidak ketinggalan pula penjualan produk organik di China telah naik empat kali lipat dalam lima tahun terakhir, dan Brasil melaporkan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 40%. Analisis pasar memprediksi bahwa penjualan organik di Asia akan tumbuh sebesar 20% per tahun selama tiga tahun ke depan.

Sedangkan di Indonesia sendiri ,menurut aliansi Organik Indonesia, investasi dalam produk pertanian pangan dan non pangan organik di Indonesia sangat menjanjikan. Indonesia berpeluang mengisi pasar ekspor produk organik dunia, baik di Amerika Serikat, Uni Eropa, maupun di kawasan Asia. Hal itu mengingat jenis tanaman di Indonesia sangat beragam dan pasar organik dunia

setiap tahun tumbuh 10-20 persen, dan permintaan pasar terhadap produk organik terus meningkat di beberapa sektor seperti beras, kopi, sayuran, dan lain sebagainya.

Makanan organik diklasifikasikan menurut Litbang Badan Pertanian Indonesia, komoditas yang dikembangkan sistem pertanian organik di Indonesia antara lain tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, tanaman rempah, dan obat, serta peternakan. Dengan tabel berikut :

Tabel 1.1
Daftar komoditas yang layak dikembangkan dengan sistem pertanian organik

No	Kategori Komoditi
1	Tanaman pangan padi
2	Hortikultura sayuran: brokoli, kubis merah, petsai, caisin, cho putih, tunas kubis, daun bayam, oyong, dan baligo. Buah : nangka, durian, salak, jeruk, dan manggis
3	Perkebunan kelapa, jambu mente, cengkeh, lada, vanili, dan kopi
4	Rempah dan obat jahe, kunyit, temulawak, dan temuan-temuan lainnya
5	Peternakan susu, telur, dan daging

Sumber : www.litbang.deptan.go.id

Sampai sekarang produk organik sudah dibudidayakan berbagai produk seperti beras organik, ayam organik, susu, dan yogurt organik dan masih banyak lagi. Beberapa produsen makanan organik yang sudah menjadi pemasok utama di Indonesia adalah sebagai berikut

Tabel 1.2**Nama Perusahaan Pemasok Organik di Indonesia**

No	Nama Perusahaan
1	Yayasan Bina Sarana Bakti (Agatho Farm)
2	Amani (Bogor)
3	Bukit Organik (Bandung)
4	PT Kapol Antar Nusa (Bogor)
5	Big Three Farm (Bali)
6	Golden Leaf Farm (Bali)
7	Pemda Kabupaten Sragen (Jateng)

Sumber : Prospek Pasar & Kiat Pemasaran Produk Pangan Organik , Ir. Ahmad Sulaeman, Ph.D Direktur Indonesia Sustainable Agricultural Initiatives (ISAI)

Disamping itu perkembangan organik walaupun belum ada gerai yang secara khusus para pedagang retail sudah mulai menjamur dipasar supermarket lokal, dapat dilihat tabel dibawah. Data yang diambil ini, tidak secara lengkap menampilkan persebaran di Indonesia, namun bisa di jadikan acuan sementara,

Tabel 1.3
Perkembangan Ritel Organik di Indonesia

Type Of Ritel	2004	2005	2006	2007
Hypermarkets				
Alfa Gudang Rabat	35	34	34	
Carrefour	15	19	29	33*
Hypermart	4	16	25	>25
Giant	10	12	19	32*
Supermarket				
Hero	88	83	95	81
Ramayana	85	82		100
Superindo	44	46		
Yogya Group (Yogya+Griya)	43	46		
Matahari	45	42		
Boma	20	21		
Gelael	13	13		
Giant	1	1	5	
Tiara Dewata	1	4	4	6
Ranch Market	2	2		12
Minimarket				
Indomaret	1,001	1,420		
Alfamart	973	1,263		
Star mart	44	52		
Yomart	25	66		

Sumber : Prospek Pasar & Kiat Pemasaran Produk Pangan Organik , Ir. Ahmad Sulaeman, Ph.D Direktur Indonesia Sustainable Agricultural Initiatives (ISAI)

Data dari organisasi organik memang tidak tercatat secara resmi dan rinci, tetapi ditjen PPHP. Pada tahun 2003 pemerintah menyediakan fasilitas membuat sertifikat internasional IFOAM (*International Federation of Organic Agriculture*

Movements) dan membuka sistem sertifikasi dimana pihak ketiga memberikan jaminan tertulis bahwa keseluruhan proses produksi telah dinilai, sehingga ada keyakinan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan persyaratan yang dibutuhkan. Setelah melakukan sertifikasi akan diberlakukan sertifikat jaminan tertulis yang diberikan oleh lembaga/laboratorium yang telah diakreditasi untuk menyatakan bahwa barang, jasa, proses, system atau personil telah memenuhi standar yang dipersyaratkan.

Disamping itu ada beberapa lembaga Internasional yang diakui seperti *Food and Agriculture Organisation* (FAO) dengan CAC (*Codex Alimentarius Commission*) atau *Non Government Organisation* (NGO) tetapi secara spesifik lokalita negara pengimpor memiliki aturan tersendiri, sebut saja Jepang memiliki *Japanese Agricultural Standard* (JAS), Amerika Serikat memiliki *National Organic Standards* (NOS), dan *Uni Eropa Organic Farming*. Secara umum negara-negara Asean juga memiliki aturan tersendiri sebagaimana tabel di bawah.

Tabel 1.4

Standar acuan produk organik negara-negara ASEAN

No	Negara	Standar Acuan
1	Japan	CAC
2	Korea	CAC
3	China	IFOAM, CAC
4	India	CAC, IFOAM, EU
5	Thailand	CAC
6	Malaysia	CAC
7	Indonesia	CAC

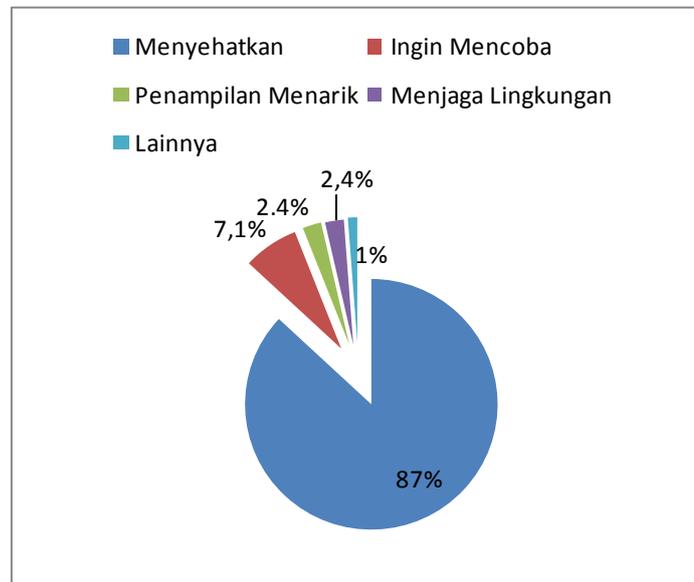
Sumber : Ditjen PPHP

Keuntungan dari sertifikasi tidak lain sebagai bukti adanya produk organik, sebagai alat pemasaran dipasar premium, sebagai standar yang selalu ditinjau, mendapatkan harga jual yang lebih tinggi, membuka pasar baru, konsumsi pribadi, menghindari konsumen atas penyalahgunaan petumbuhan, perkembangan pasar, dan sebagai bukti bahwa produk yang dijual layak masuk kedalam pasar internasional. Perkembangan sertifikat pemerintahan sampai saat ini mengakreditasikan Lembaga Sertifikat Pangan Organik (LSPO) sebagai lembaga organik resmi dari pemerintah.

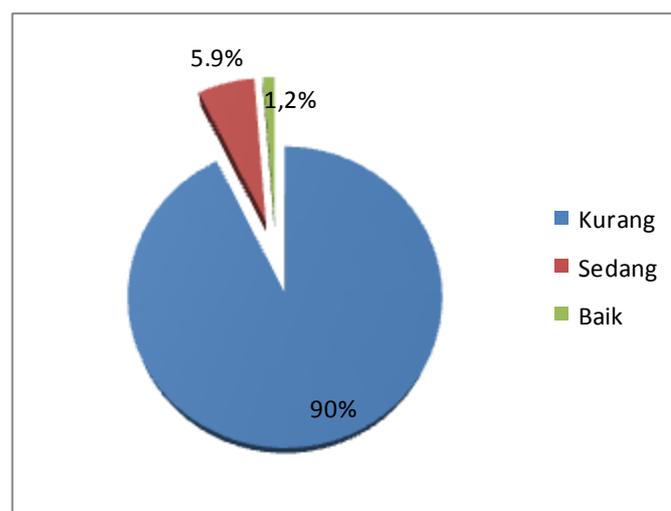
Asumsi masyarakat tentang bahan makanan organik sangat beragam. Dikutip dari penelitian sebelumnya oleh (Shellyana:2003) Orang yang melakukan pembelian makanan organik dapat diklasifikasikan menjadi 4 (Davies, Titterington, & Cochrane,):

1. Peduli dengan lingkungan
2. Fobia atau ketakutan pada makanan yang mengandung residu kimia
3. Mendukung metoda pertanian yang humanis
4. Hedonis yang yakin bahwa produk yang berharga premium lebih baik, penting, dan memiliki nilai rasa lebih.

Ada pula beberapa alasan bahwa “Manfaat kesehatan makanan organik menarik konsumen seperti bentuk orang tua yang ingin membesarkan anak-anak mereka makan bergizi, sehat dan makanan berkualitas. (Davies, 2003)”

Gambar 1.1**Alasan Konsumen Indonesia Membeli Pangan Organik**

Prospek Pasar & Kiat Pemasaran Produk Pangan Organik , Ir. Ahmad Sulaeman,Ph.D Direktur Indonesia Sustainable Agricultural Initiatives (ISAI)

Gambar 1.3**Tingkat Pengetahuan Konsumen Terhadap Organik**

Sumber : Prospek Pasar & Kiat Pemasaran Produk Pangan Organik , Ir. Ahmad Sulaeman,Ph.D Direktur Indonesia Sustainable Agricultural Initiatives (ISAI)

Ket: Kurang : Sebanyak 90% masyarakat yang mengkonsumsi organik memiliki pengetahuan masyarakat tentang produk organik dibawah rata-rata

Sedang : Sebanyak 5,9% masyarakat yang mengkonsumsi organik memiliki pengetahuan masyarakat tentang produk organik secara baik

Baik : Sebanyak 1,2 % masyarakat yang mengkonsumsi organik sangat memahami manfaat dari makanan organik

Berikut ini adalah tabel pengujian (Ahmad:2007) kepada 85 responden dapat di liat rinciannya ,pada tabel dibawah

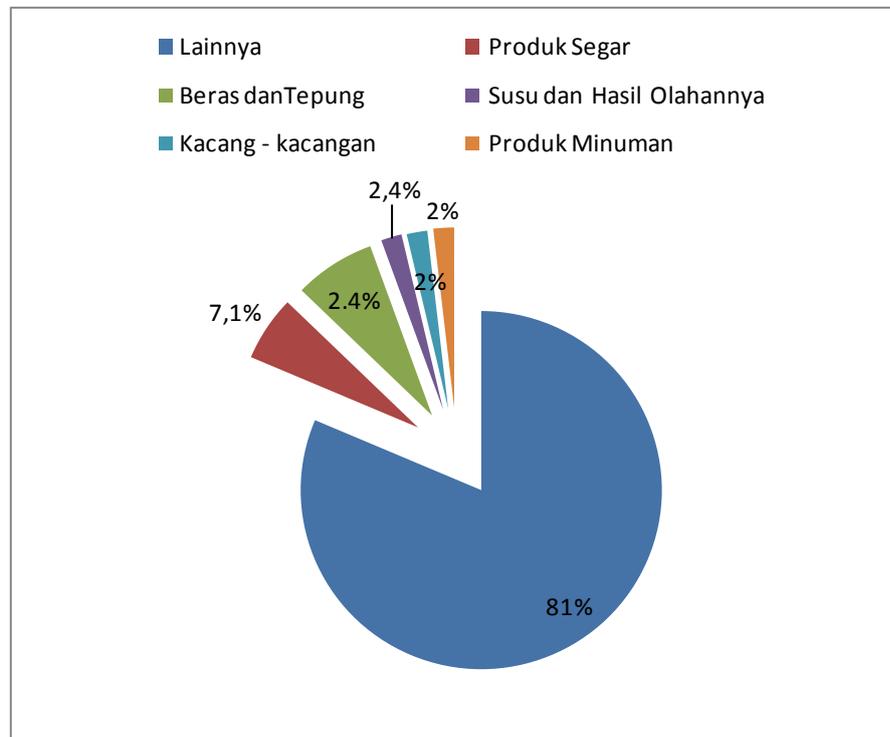
Tabel 1.5

Pengetahuan Konsumen Terhadap Bahan Makanan Organik

Pernyataan	n	%
Tidak tahu	1	1,2
Pangan yang segar dan menyehatkan	5	5,9
Pangan yang bebas pestisida, tanpa bahan pengawet, dan kimia	68	80,0
Pangan yang alami, bebas pengawet, pupuk kimia, obat-obatan, pestisida, dan tanpa penambah rasa, tanpa GMO, aman, ditanam secara alami, dan berorientas lingkrungan.	7	8,2
Pangan yg pada saat pembibitan tidak menggunakan bahan-bahan kimia, bebas pestisida, ditanam pada tanah yg baik, dialiri dengan air yg bebas dari pencemaran, pangan yg sehat	1	1,2
Lainnya	3	3,0
Jumlah	85	100

Sumber : Prospek Pasar & Kiat Pemasaran Produk Pangan Organik , Ir. Ahmad Sulaeman,Ph.D Direktur Indonesia Sustainable Agricultural Initiatives (ISAI)

Gambar 1.3
Jenis Pangan Organik Yang Sering dibeli



Sumber : Prospek Pasar & Kiat Pemasaran Produk Pangan Organik , Ir. Ahmad Sulaeman, Ph.D Direktur Indonesia Sustainable Agricultural Initiatives (ISAI)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa demi menjaga lingkungan di sekitar, konsumen Indonesia, terlihat kurang dalam mengetahui dan memahami tentang produk organik, tetapi masyarakat memiliki alasan yang sudah tertanam di benak masyarakat bahwa masyarakat mengkonsumsi organik untuk alasan kesehatan.

Produk ke dua yang paling populer dikalangan masyarakat Indonesia adalah bahan segar.

Melihat populernya makanan organik dikalangan masyarakat, sudah banyak contoh penelitian tentang organik diberbagai negara dengan sudut pandang dan variabel yang berbeda-beda. Berikut ini adalah hasil penelitian terdahulu yang mengungkapkan variabel mana yang penting jika dilakukan penelitian di Indonesia ataupun variabel yang dinilai tidak begitu berpengaruh atau bahkan tidak diperlukan dalam penelitian

Minat konsumen bisa dilihat pada faktor-faktor besar lain seperti nilai yang dirasakan dan kesadaran kesehatan dalam memutuskan untuk membeli produk makanan organik. Maka dari itu saya mengambil penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi, lalu untuk mengetahui sedalam mana pengetahuan dan minat masyarakat Indonesia khususnya di Palembang terhadap makanan organik. Dalam penelitian ini saya memilih beras organik dan sayuran organik sebagai bahan makanan yang akan diteliti.

Tabel 1.6

Penelitian Dahulu Tentang Bahan Makanan Organik

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Temuan-temuannya	Metode Penelitian
1	Mohd Rizaimy,Shaharudin,Jacqueline Junika Pani, Suhardi Wan Mansor,dkk (Faculty of Business Management, Universiti	<i>Purchase Intention of Organik Food in Kedah, Malaysia; A Religious Overview</i>	-Konsumen Malaysia menempatkan tingkat yang relatif tinggi penting pada kesehatan kesadaran dan nilai yang dirasakan -Tempat rendahnya tingkat	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan kuesioner. Data yang dikumpulkan didasarkan pada

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Temuan-temuannya	Metode Penelitian
	Teknologi MARA)		pentingnya pada keprihatinan keamanan pangan - Untuk faktor agama, hasilnya konsisten dengan studi sebelumnya, yang menunjukkan bahwa motif agama tidak penting dalam mempengaruhi pilihan makanan	dengan populasi 500 pelanggan makanan organik Teknik Pengumpulan Data menggunakan, jenis sampling probability sampling. Teknik-teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif (mean, standar deviasi) Analisis inferensial (regresi) untuk jumlah data yang dikumpulkan.
2	Dr Jamal Abdul Nassir Shaari dan Nur Shahira bt Mohd Arifin (Universiti Malaysia Sarawak)	<i>Dimension of Halal Purchase Intention: Preliminary Study</i>	A Memahami bagaimana konsumen mengevaluasi niat beli mereka dalam membeli produk halal akan memberikan kontribusi untuk pertemuan lebih baik tentang kebutuhan dan harapan.	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif di mana sumber-sumber informasi yang dikumpulkan dari kuesioner. Survey dari sampel acak dari 200 responden sekitar Kota Samarahan,

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Temuan-temuannya	Metode Penelitian
				Penelitian survei menggunakan pertanyaan disusun
3	Siti Nor Bayaah Ahmad dan Nurita Juhdi, (Faculty of Business Administration Tun Abdul Razak University (UNITAR))	<i>Consumer's perception and purchase intention towards organik food product's:exploring the attitude among Malaysia Consumer</i>	Hasil menunjukkan bahwa persepsi terhadap produk makanan organik menggambarkan hubungan terkuat dengan 'niat dalam membeli produk makanan organik diikuti oleh pembeli pembeli keyakinan bahwa produk mengkonsumsi makanan organik memberikan kontribusi untuk melestarikan lingkungan. Tampaknya persepsi terhadap makanan organik dan keyakinan bahwa makanan organik ramah lingkungan tidak berpengaruh	Penelitian kuantitatif di mana sumber-sumber informasi yang dikumpulkan dari kuesioner. Sebanyak 177 kuesioner responden yang berbelanja di supermarket terletak di 3 lokasi yang berbeda dalam Klang Valley. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan skala Gutman dengan jawaban tertutup "ya" dan "tidak" Data yang diperoleh dari survei dianalisis dengan menggunakan Chi-Square, ANOVA dan analisis korelasi

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil temuan-temuannya	Metode Penelitian
4	Phong Tuang Nguyen	<i>A Comparative Study Of The Intention To Buy Organik Food Between Consumers In Northern And Southern Vietnam</i>	Kesehatan kesadaran dan norma subjektif berkaitan dengan konsumsi makanan, kebiasaan dan budaya, dengan perbedaan antara orang-orang Utara dan Selatan yang datang sebagian dari iklim dan budaya.Vietnam Utara memiliki empat musim dan hanya dua di Vietnam Selatan. Musim dingin mempengaruhi kebiasaan makanan . Di Vietnam Utara akan mengkonsumsi makan lebih banyak dari Vietnam selatan untuk melindungi diri dari suhu dingin	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif di mana sumber kuesioner. Data untuk penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 201 responden di Vietnam Utara dan 201 di Vietnam Selatan.Ukuran total sampel penelitian adalah 400. Teknik Pengumpulan menggunakan skala Likert 5 titik
5	Peneliti saat ini	Akan menguji tentang “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	- Kehalalan - Persepsi kualitas -Kesadaran Kesehatan -Keamanan Makanan -Harga	Penelitian kuantitatif dengan sumber data kuisioner

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil temuan- temuannya	Metode Penelitian
		Terhadap Bahan Makanan Organik di Palembang”	Apakah variable-variable tersebut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembeli makanan organik di Palembang	Teknik Pengumpulan Data menggunakan skala lingkert ,dengan 5 titik Pengujian dengan teknik analisis -Uji Validitas -Uji Reability -Uji Regresi Linear berganda

B. Perumusan Masalah

Dari beberapa penelitian yang sudah di lakukan sebelumnya dan dengan beberapa data pendukung ,maka didapatkan rumusan masalah

1. Bagaimana faktor kehalalan, persepsi kualitas, kesadaran kesehatan, keamanan makanan dan harga terhadap minat beli konsumen pada bahan makanan organik?
2. Bagaimana pengaruh faktor kehalalan, persepsi kualitas, kesadaran kesehatan, keamanan makanan dan harga terhadap minat beli konsumen pada bahan makanan organik?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana faktor kehalalan, persepsi kualitas, kesadaran kesehatan, keamanan makanan dan harga terhadap minat beli konsumen pada bahan makanan organik.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor kehalalan, persepsi kualitas, kesadaran kesehatan, keamanan makanan dan harga terhadap minat beli konsumen pada bahan makanan organik

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini penulis telah membaginya menjadi 2 bagian yaitu :

1. Bagi pembaca
Agar masyarakat mengetahui dan memberikan pandangan positif pada makanan organik
2. Bagi pengusaha yang ingin memulai usaha organik :
Memberikan pandangan target pasar tentang pola pikir dan minat masyarakat terhadap makanan organik dan memberikan pandangan kontribusi untuk meningkatkan kualitas makanan organik
3. Bagi penelitian selanjutnya :
 - Sebagai sumber informasi dan panduan untuk penelitian selanjutnya
 - Memberikan informasi batasan kekurangan dalam penelitian apabila dilakukan di daerah atau negara yang berbeda

E. Sistematis Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, hipotesis, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematis penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Menjelaskan teori-teori yang relevan dan dapat digunakan untuk menjelaskan variabel-variabel penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, hipotesis, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, uji validitas, uji reliabilitas

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibahas tentang hasil dan pembahasan secara menyeluruh proses pokok permasalahan sesuai dengan masalah yang diajukan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yang bermanfaat dapat ditarik sebagai upaya penyempurnaan penelitian yang telah dibuat.