

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri pangan yang pesat berdampak terhadap persaingan yang kompetitif, tidak hanya berorientasi pada laba namun juga berkompetisi meningkatkan kualitas pangan yang layak konsumsi. Persaingan tersebut dilatar belakangi oleh kepekaan konsumen akan kesehatan dan pangan sebagai penunjang kebutuhan pokok mereka. Khususnya di sektor industri pangan tersebut disebabkan oleh semakin meningkatnya laju pertumbuhan sumber daya manusia dan permintaan pasar akan kebutuhan pangan yang semakin besar. Kegiatan pembangunan industri merupakan salah satu kegiatan sektor ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bagi negara berkembang, peranan sektor pertanian masih lebih unggul dan mendominasi pada kegiatan sektor ekonomi. Peranan sektor industri belum mampu mengungguli sektor pertanian yang hampir memberikan sumbangan lebih dari separuh pendapatan nasional. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan yang kurang dari sumber daya manusia tentang perkembangan sektor industri di Indonesia.

Saat ini pangsa pasar pangan organik meningkat dengan pesat didunia. Hal tersebut disebabkan pertama, masyarakat yang mulai sadar akan kebutuhan mutlak dalam menekan resiko kesehatan melalui pangan “sehat” tersebut (meningkatkan immunitas tubuh). Kedua, para wanita memandang bahwa kebugaran tubuh, kecantikan, dan penampilan adalah hal penting untuk tetap “awet muda”. Ketiga, masyarakat mulai membuat relaksasi hidup seimbang (*good for mood*). Oleh karena itu, pangan organik dan pertanian organik akan menjadi “in a great demand” pada masa mendatang (Wibowo, 2003). Di sisi lain dengan meningkatnya pendapatan dan kesejahteraan masyarakat tentunya akan mengakibatkan meningkatnya preferensi masyarakat terhadap komoditas yang dikonsumsinya, terutama yang bisa memenuhi tuntutan kualitas yang lebih baik (Winarno, 2002).

Komoditas beras merupakan salah satu komoditas pangan yang mempunyai peranan penting, baik dari sisi produsen, konsumen, pemerintah maupun masyarakat dan lingkungan secara umum. Saat ini jumlah penduduk Indonesia mencapai 237.556.363 jiwa, Departemen Pertanian (2007), memproyeksikan kebutuhan beras hingga tahun 2030 dengan asumsi kenaikan jumlah penduduk Indonesia 0,92-1,3 persen per tahun, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020 dan 2030 berturut-turut adalah 261,01 dan 286,02 juta jiwa. Proyeksi kebutuhan proyeksi beras nasional akan meningkat berturut-turut 36,32 dan 39,80 juta ton. Kebutuhan beras diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk (Harfiana, 2011).

Beras organik merupakan beras yang berasal dari padi yang dibudidayakan secara organik atau tanpa pengaplikasian pupuk kimia dan pestisida kimia, karena tanpa bahan kimia beras organik tersebut pun terbebas dari residu pupuk kimia dan pestisida kimia yang sangat berbahaya bagi manusia. UD. Tani Jaya Sumberjambe merupakan salah satu kelompok tani yang menanam padi organik dan tanaman hortikultura lainnya seperti cabe dan tomat. Produk beras organik dari UD. Tani Jaya Sumberjambe yang dibentuk pada tahun 2008 oleh Bapak Rudiyanto di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember tersebut yaitu beras merah, beras aromatik, dan beras IR64.

Pemahaman akan perilaku konsumen sangat penting untuk menganalisis dan menguji keputusan konsumen dalam mengkonsumsi beras organik. Perusahaan dapat melihat bagaimana pengambilan keputusan untuk menarik konsumen agar tetap setia mengkonsumsi produk tersebutnya. Perusahaan seharusnya dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasarannya agar dapat mempertahankan produk yang dihasilkannya dan menciptakan inovasi-inovasi yang dapat diterima oleh konsumen.

Tabel 1.1 Data Total Penjualan Produk Beras Organik Kecamatan Sumberjambe Jember

No	Bulan	Jumlah Penjualan (Rp)
1.	Maret	120.000.000
2.	April	120.000.000
3.	Mei	135.000.000
4.	Juni	125.000.000
5.	Juli	127.000.000
6.	Agustus	135.000.000

Sumber Data : UD. Tani Jaya di Sumberjambe (2016)

Berdasarkan uraian-uraian dan permasalahan diatas,maka peneliti bermaksud membahas penelitian tentang “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mengkonsumsi Beras Organik ”Lereng Raung” Di Sumberjambe Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah variabel harga (X_1), produk (X_2), saluran distribusi (X_3), dan promosi (X_4) berpengaruh parsial atau terpisah terhadap perilaku konsumen (Y_1)?
2. Apakah variabel harga (X_1), produk (X_2), saluran distribusi (X_3), promosi (X_4), dan perilaku konsumen (Y_1) berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian konsumen (Y_2) pada produk beras organik di sumberjambe?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat ditentukan tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menguji variabel harga (X_1), produk (X_2), saluran distribusi (X_3), dan promosi (X_4) berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen (Y_1).
2. Menganalisis dan menguji variabel harga (X_1), produk (X_2), saluran distribusi (X_3), promosi (X_4), dan perilaku konsumen (Y_1) berpengaruh secara parsial

terhadap keputusan pembelian konsumen (Y_2) pada produk beras organik di Sumberjambe.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diambil oleh penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat dijadikan refensi untuk meningkatkan promosi usaha guna menjadi pertimbangan yang kuat bagi konsumen untuk melakukan keputusan dalam mengkonsumsi beras organik.
2. Bagi peneliti, dapat dijadikan tambahan wawasan serta pengetahuan dan menerapkan serta membandingkan antara teori dan masalah yang terjadi dilapangan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan acuan untuk mengadakan penelitian yang akan datang.