

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Pada tahap pengenalan kebutuhan, motivasi yang paling mempengaruhi konsumen adalah bahwa sayuran organik aman bagi kesehatan dengan manfaat yang diharapkan konsumen dapat memenuhi kebutuhan gizi yang terjamin. Pada tahap pencarian informasi, media yang paling banyak digunakan konsumen adalah media elektronik dan manfaat sayuran organik merupakan informasi yang menarik perhatian konsumen serta pelaku yang paling mempengaruhi adalah diri sendiri dan adanya bentuk pengaruh dari orang lain yang berupa memberitahu konsumen. Pada tahap evaluasi hal yang paling dipertimbangkan konsumen adalah manfaat sayuran organik, kemudian pada tahap ke empat cara konsumen memutuskan pembelian adalah tergantung situasi sebanyak 1 kali dalam sebulan dengan kendala yang dihadapi adalah harga yang mahal. Tahap terakhir terlihat bahwa konsumen telah mengkonsumsi sayuran organik lebih dari 3 bulan lalu dengan persepsi bahwa harga tergolong mahal dan kepuasan secara umum merasa biasa saja (15%) dan puas sebesar 15%.
2. Berdasarkan analisis sikap multi atribut Fishbein terhadap konsumen didapatkan nilai sikap konsumen sebesar 95,52 yang berada pada kategori biasa saja. Hal ini mengindikasikan bahwa sikap konsumen tidak akan terus memperlihatkan konsistensi untuk selalu mengkonsumsi sayuran organik. Sikap konsumen atas motivasi, manfaat, pelaku serta hal yang dipertimbangkan saat pembelian sayuran organik memperlihatkan adanya hubungan atau keterkaitan dengan proses pengambilan keputusan konsumen sayuran organik.
3. Dari hasil perhitungan chi-square terlihat bahwa terdapat hubungan antara sikap dan proses keputusan konsumen.

B. Saran

1. Pihak produsen dan pemasaran sebaiknya fokus akan peningkatan kualitas sayuran organik brokoli yang memiliki manfaat yang sangat dipertimbangkan

oleh konsumen untuk mempertahankan bahkan mengembangkan usaha sayuran organik.

2. Kendala yang dihadapi konsumen dalam pembelian sayuran organik adalah bahwa harga yang mahal bagi konsumen, sehingga sikap konsumen memperlihatkan sikap netral, namun harga yang mahal sepadan dengan manfaat sayuran tersebut. Pemerintah sebaiknya dapat memberikan sertifikasi pada produk tersebut agar konsumen percaya bahwa produk tersebut benar organik.
3. Penelitian ini masih sangat membutuhkan kajian yang lebih dalam yang dapat dilakukan oleh penelitian selanjutnya seperti melakukan analisis WTP terhadap sayuran organik.



DAFTAR PUSTAKA

- Airine, T. 2010. Analisis Perilaku Konsumen Sayuran Organik (Studi Kasus : Giant Botani Square, Kota Bogor, Jawa Barat). [Skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Alamsyah, I. 2010. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Giant Taman Yasmin Bogor.[Skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Christdavina, N. 2013 Analisis *Willingness To Pay* Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Sarana Bakti. [Skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Dima, S.J. and A.N. Adero. 1997. Organic Farming for Sustainable Agricultural Production. *Environmental and Resource Economics* 10: 177–188.
- Engel, J.F., R.D. Blackweel., dan P.W. Minard. 1994. Perilaku Konsumen. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fazrina, R., I. Marsaulina., dan E. Naria. 2013. Hubungan Karakteristik dan Pengetahuan Tentang Lingkungan Sehat Dengan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Organik di *Carrefour Plaza Medan Fair*. [Jurnal]. Medan: Fakultas Kesehatan Masyarakat. Universitas Sumatera Utara.
- Hidayati, N. 2013. Analisis *Willingness To Pay* Untuk Sayuran Organik di Toko All Fresh Bogor. [Skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- [IFOAM] International Federation of Organic Agriculture Movements. 2005. Principles of Organic Farming (FR).
- Indrasusanto, F. 2004. Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Kerupuk Udang di Pasar Indramayu, Kabupaten Indramayu, Provinsi Jawa Barat. [Skripsi]. Bogor: Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Institut Pertanian Bogor.
- Mujahidah, K. 2013. Analisis Faktor dan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Yogya Bogor Junction. [Skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Nurhidayati, I. Pujiwati., A. Solichah., Djuhari., Abd. Basit. 2008. E-book Pertanian Organik Suatu Kajian Sistem Pertanian Terpadu dan Berkelanjutan. Malang: Fakultas Pertanian. Universitas Islam Malang.
- Parnata. A.S. 2010. Meningkatkan Hasil Panen Dengan Pupuk Organik. Jakarta: PT Agromedia Pustaka.

- Peter, P.J. dan J.C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priambodo, L.H. 2013. *Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Sayuran Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (studi kasus Kota Bogor, Jawa Barat)*. [Skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Saragih, S.E. 2008. *Pertanian Organik Solusi Hidup Harmoni dan Berkelanjutan*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Setiadi, N. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siagian, D. dan Sugiarto. 2006. *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, S. 2010. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutanto. 2012. *Pertanian Organik*. Yogyakarta: Kanisius.
- _____. 2012. *Penerapan Pertanian Organik*. Yogyakarta: Kanisius.
- Utary, N.M., T. Supriana., dan S.F. Ayu. 2013. *Usahatani dan Strategi Pengembangan Pertanian Organik Vertikultur di Kecamatan Medan Marelan Kota Medan (studi kasus : Kelurahan Terjun Kecamatan Medan Marelan)*. [Jurnal]. Medan: Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara.
- Zepri, Z.Z. 2009. *Analisis Karakteristik dan Perilaku Konsumen Sayuran Organik (studi kasus di HERO Supermarket Plaza Senayan, Jakarta Pusat)*. [Skripsi]. Bogor: Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

Komoditi	Berat (Kg)	Harga Sayuran Organik (Rp)	Harga Sayuran Non-Organik (Rp)
Cabai hijau	0.15	4,500.00	3,800.00
Kentang	0.25	9,500.00	4,000.00
Tomat	0.25	10,000.00	4,000.00
Sawi pahit	0.25	9,500.00	3,000.00
Salada	0.25	6,000.00	5,000.00
Wartel	0.25	9,500.00	3,000.00
Brokoli	0.25	8,000.00	4,000.00

Sumber : Swalayan Berastagi Kota Medan (2015)



Lampiran 2. Luas Panen Sayuran Tahun 2009-2013 Provinsi Sumatera Utara

No	Komoditi	Perkembangan Tahun 2009 – 2013				
		2009	2010	2011	2012	2013
1	Bawang Merah	1,379	1,360	1,384	1,581	1,048
2	Bawang Putih	42	29	32	29	15
3	Bawang Daun	1,773	2,169	1,601	1,837	1,675
4	Kentang	8,013	7,972	7,203	7,479	5,633
5	Kubis	8,921	8,834	7,906	7,569	6,958
6	Kembang Kol	1,089	1,507	1,381	1,754	2,057
7	Petsai / Sawi	5,410	6,213	6,092	6,000	5,932
8	Wortel	1,521	2,296	1,505	1,504	1,958
9	Lobak	358	486	460	593	602
10	Kacang Merah	598	667	637	527	508
11	Kac. Panjang	4,325	4,788	4,929	4,864	4,389
12	Cabe Besar	14,588	16,768	18,345	17,651	17,166
13	Cabe Rawit	3,762	4,943	4,263	4,478	4,090
14	Tomat	4,662	4,311	4,410	4,147	4,674
15	Terung	3,467	4,016	4,325	4,541	4,083
16	Buncis	3,390	4,004	3,540	3,244	2,790
17	Ketimun	3,013	3,212	3,170	3,259	2,767
18	Labu Siam	269	365	276	367	357
19	Kangkung	2,505	2,613	2,649	2,671	2,697
20	Bayam	3,115	3,175	3,209	3,010	3,034
21	Paprika	-	-	20	-	-
	Jumlah	72,200	79,728	77,337	77,105	72,433

Sumber : Dinas Pertanian Kota Medan (2013)

iran Organik dan Sayuran Non-Organik

Sayuran	Jenis	Kadar Abu	Ca	Mg	K	Na	Mn	Fe	Cu
Kubis	Organik	10,38	60	43,6	148,3	20,4	13	94	48
	Non-Organik	6,12	17,5	13,6	44,7	0,8	2	20	0,4
Selada	Organik	24,48	71	49,3	175,5	12,2	169	516	60
	Non-Organik	7,10	16	13,1	53,7	0	1	9	3
Tomat	Organik	14,2	23	59,2	148,3	6,5	68	19,38	53
	Non-Organik	6,07	4,5	4,5	58,5	0	1	1	0
Bayam	Organik	28,56	96	203,9	23,7	69,5	117	1584	32
	Non-Organik	12,38	47,5	46,9	48,6	0	1	49	0,23

Sumber : *International Federation of Organic Agriculture Movements* (2005) dalam Priambodo (2013)

