

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan dasar utama bagi manusia yang harus dipenuhi setiap saat. Hak untuk memperoleh pangan merupakan salah satu hak asasi manusia, sebagaimana tersebut dalam pasal 27 UUD 1945 maupun dalam Deklarasi Roma (1996). Pertimbangan tersebut mendasari terbitnya UU No. 7/1996 tentang Pangan. Sebagai kebutuhan dasar dan salah satu hak asasi manusia, pangan mempunyai arti dan peran yang sangat penting bagi kehidupan suatu bangsa (Bulog, 2016).

Beras merupakan pangan yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Tercatat pada tahun 2018 konsumsi terhadap padi-padian sebesar 838.03 kkal/kapita/hari dari total konsumsi kalori penduduk Indonesia (lampiran 1). Menurut data dari USDA (*united states department of agriculture*) Indonesia menempati urutan ketiga dalam konsumsi domestik beras di dunia mengingat lebih dari 90% penduduk Indonesia mengkonsumsi beras sebagai bahan pangan pokoknya yakni mencapai 37,97 juta ton atau 7,88% dari total konsumsi domestik beras dunia (lampiran 2).

Berdasarkan data hasil SUSENAS-BPS rata-rata konsumsi beras penduduk Indonesia selama periode 2002 - 2018 sebesar 1.95 kg/kapita/minggu atau setara dengan 101,65 kg/kapita/tahun dengan laju penurunan rata-rata sebesar 0,67% per tahun (lampiran 3). Di sisi lain, pertumbuhan penduduk Indonesia melaju dengan cepat, yakni 1.19% per tahun pada periode tahun 2015-2020 (Proyeksi Penduduk Indonesia-BPS, 2013) (lampiran 4). Dengan kenyataan ini maka total konsumsi domestik beras Indonesia akan terus meningkat walaupun per kapitanya menunjukkan penurunan (Pusdatin, 2019).

Apabila ditinjau dari besaran pengeluaran untuk konsumsi beras bagi penduduk Indonesia tahun 2014 - 2018 pengeluaran untuk konsumsi beras secara riil meningkat sebesar 1.28% (lampiran 5). Hal ini menunjukkan bahwa secara kuantitas, konsumsi beras per kapita penduduk Indonesia terus meningkat (Pusdatin, 2019).

Data-data tersebut membuktikan bahwa kebutuhan masyarakat Indonesia akan beras sangat besar. Beras menjadi komoditas yang strategis dan pangan pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Keadaan tersebut membuat produksi beras Indonesia selalu ditingkatkan dengan inovasi teknologi dan menyediakan pupuk bersubsidi (Pusdatin, 2019). Disisi yang lain, penggunaan teknologi modern membuat kualitas beras menurun, beras menjadi tidak sehat karena mengandung residu zat kimia berbahaya yang berasal dari penggunaan pestisida kimia dan pupuk yang berlebihan (Arifin, 2013).

Sementara saat ini, Gaya hidup sehat dengan slogan *back to nature* telah menjadi trend baru masyarakat dunia. Orang semakin menyadari bahwa penggunaan bahan-bahan kimia non-alami, seperti pupuk dan pestisida kimia dalam produksi pertanian ternyata menimbulkan efek negatif terhadap kesehatan manusia dan lingkungan. Kesadaran tentang bahaya yang ditimbulkan oleh pemakaian bahan kimia sintetis dalam pertanian menjadikan pertanian organik menarik perhatian baik di tingkat produsen maupun konsumen. Berdasarkan kompilasi data Statistik Pertanian Organik Indonesia (SPOI) tercatat pada tahun 2018 luas pertanian organik Indonesia meningkat menjadi 251.630,98 Ha yang sebelumnya 208.042,06 Ha pada tahun 2017 (lampiran 6).

Salah satu produk yang dihasilkan dari pertanian organik adalah beras organik. Statistik Pertanian Organik Indonesia (SPOI) mencatat peningkatan jumlah luas lahan padi organik di tahun 2017 dan 2018 sekitar 53.000 hektar (lampiran 7). Peningkatan luas lahan padi organik ini membuktikan permintaan konsumen terhadap beras organik juga semakin meningkat. Beras organik sebagai beras yang diproduksi dengan mempertimbangkan kesehatan lingkungan, petani dan konsumen sudah semestinya menjadi produk yang harus terus dikembangkan. Permasalahan yang terjadi pada beras organik saat ini adalah harga beras yang lebih mahal jika dibandingkan dengan beras konvensional.

Tingginya harga beras organik membuat konsumennya berasal dari kalangan terbatas, yaitu masyarakat yang memahami keunggulan dan manfaat dari beras organik sehingga bersedia membayar dengan harga mahal. Harga

beras yang mahal membuat masyarakat menaruh harapan lebih terhadap beras organik, karena sebagian besar masyarakat mempercayai bahwa harga merupakan salah satu indikator dari kualitas. Pemasar beras organik saat ini harus bisa memahami bagaimana gambaran konsumen mengenai beras organik, selain itu pemasar juga harus bisa memenuhi harapan konsumen terhadap beras organik. Hal ini bisa diketahui dengan melihat persepsi konsumen terhadap beras organik.

Menurut Philip Kotler (1993) Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Persepsi dapat melibatkan penafsiran seseorang atas sesuatu kejadian berdasarkan pengalaman masa lalunya, sehingga pemasar perlu bekerja keras untuk memikat perhatian konsumen agar pesan yang disampaikan dapat mengenai pada sasaran (Sunyoto, 2014).

Schifmann dan Kanuk (2000) menyebutkan bahwa persepsi adalah cara orang memandang dunia ini. Dari definisi yang umum ini dapat dilihat bahwa persepsi seseorang akan berbeda dari yang lain. Cara memandang dunia sudah pasti dipengaruhi oleh sesuatu dari dalam maupun luar diri orang itu, media massa dengan segala bentuknya dapat membentuk persepsi yang serupa antar warga kelompok masyarakat tertentu (Prasetijo dan Ilhalauw 2005).

Memahami persepsi konsumen adalah penting bagi pemasar dan produsen. Dua orang konsumen yang menerima dan memperhatikan suatu stimulus yang sama, mungkin akan mengartikan stimulus tersebut berbeda. Bagaimana seseorang memahami stimulus akan sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai, harapan dan kebutuhannya, yang sifatnya sangat individual (Sumarwan, 2011).

Dengan mengetahui persepsi konsumen, diharapkan nantinya dapat membantu produsen untuk meningkatkan kualitasnya maupun melakukan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian ulang terhadap beras organik. Bertambahnya konsumen yang mengkonsumsi beras organik akan berdampak positif baik itu untuk petani maupun pemasar beras organik.

B. Rumusan masalah

Beras organik mulai diminati oleh masyarakat Indonesia, akan tetapi konsumsi terhadap beras organik relatif sedikit jika di bandingkan dengan beras non-organik. Hal ini dibuktikan dengan survey yang dilakukan oleh Statistik Pertanian Organik Indonesia (SPOI) yang dilakukan pada bulan Juni sampai dengan Desember 2019. Survey ini dilakukakan kepada 274 responden. Domisili responden tersebar di 10 provinsi mencakup DKI Jakarta 32%, Jawa Barat 21%, Daerah Istimewa Yogyakarta 11%, Jawa Tengah, Jawa Timur, Banten, Sumatra Barat, Sulawesi Selatan, Sumatra Utara, dan Kalimantan Barat. Pada survei ini diketahui bahwa konsumen yang tidak mengkonsumsi produk organik sebesar 35.47 % dari total responden dengan alasan harga produk organik yang mahal (60%) lalu gabungan pendapat dengan kendala jenis produksi organik yang terbatas, dan kesulitan untuk memperolehnya. Konsumen yang sudah mengkonsumsi produk organik adalah konsumen tetap sebanyak 7.92% dan konsumen tidak tetap 56.60% (SPOI, 2020).

Berdasarkan survey tersebut diketahui permasalahan beras organik yang terjadi sekarang ini adalah harga beras organik yang lebih mahal jika dibandingkan dengan beras non-organik, meskipun beras organik dengan variannya saat ini mulai tersedia di pasar, namun tidak semua masyarakat beralih menggunakan beras organik. Hal ini dikarenakan selain harganya yang mahal, produksi dari beras organik juga lebih kecil dibandingkan dengan beras non-organik.

Pertanian organik terutama budidaya tanaman padi sawah sudah menjadi program utama Pemerintah Daerah Propinsi Sumatera Barat. Pada tahun 2007, tercatat bahwa luas usaha pertanian organik di Sumatera Barat mencapai 77.81 ha yang tersebar di sembilan daerah Kabupaten atau Kota. Cukup banyak program dan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Pemerintah Sumatera Barat dalam upaya mengembangkan pertanian organik, baik program dan kegiatan sendiri maupun merupakan pelaksanaan program Pemerintah Pusat. Program dan kegiatan pusat yang dilaksanakan di daerah antara lain pengadaan UPPO (Unit Pengolahan Pupuk Organik), APPO (Alat pengolahan Pupuk Organik),

RP3O (Rumah Pengolahan dan Penyimpanan Pupuk Organik), pengadaan pupuk organik serta program dan kegiatan lainnya (Daniel, 2014).

Pada tahun 2007 Pemda Sumatera Barat mendirikan lembaga Sertifikasi Organik (LSO) untuk membantu petani dalam melakukan sertifikasi produk pertanian organik yang mereka hasilkan. Pada tahun 2016, Dinas Pertanian Provinsi Sumatera Barat melalui bantuan dana dari Kementerian Pertanian melaksanakan program desa organik yang tersebar pada 9 (sembilan) kabupaten/kota di Sumatera Barat dengan luas masing-masing 20 ha. Lokasi pengembangan desa padi organik tersebut adalah Kabupaten Tanah Datar, Solok Selatan, Lima Puluh Kota, Pesisir Selatan, Padang Pariaman, Agam, Pasaman, Dharmasraya dan Kota Solok. Sebelumnya Sumatera Barat telah memiliki lahan padi organik yang telah disertifikasi seluas 96.991 hektar dengan 17 kelompok tani (Tamela, 2017).

Beras organik sebagai beras yang diproduksi dengan mempertimbangkan kesehatan lingkungan, petani dan konsumen sudah semestinya menjadi produk yang harus terus dikembangkan. Menurut Mayrowani (2012) Keberlanjutan pertanian organik tidak dapat dipisahkan dengan dimensi ekonomi, dimensi lingkungan dan dimensi sosial. Agar suatu usahatani dapat berkelanjutan secara ekonomi, hal yang di perlukan adalah tersedianya pasar untuk memasarkan produknya.

Pasar beras organik saat ini merupakan pasar yang baru tumbuh di Kota Padang. Dimana usaha yang menjual beras organik masih sedikit, dan konsumen dari beras organik juga tergolong sedikit. Sehingga diperlukan untuk mengenali siapa konsumen yang mau mengkonsumsi beras organik serta bagaimana bentuk dan praktek bisnis yang sesuai untuk memasarkan beras organik. Hal ini penting diketahui karena pemasaran yang bagus akan mendukung upaya perluasan pasar dan peningkatan produksi beras organik.

Konsumen dari beras organik dapat dikenali dengan melihat karakteristik dari konsumen beras organik tersebut. Menurut Sumarwan (2011), karakteristik konsumen meliputi pengetahuan dan pengalaman konsumen, kepribadian konsumen, dan karakteristik demografi konsumen. Selain mengenali ciri dari

konsumen beras organik, produsen dan pemasar juga perlu mengetahui persepsi dari konsumen beras organik.

Persepsi merupakan salah satu faktor internal yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk melakukan pembelian. Mengetahui persepsi konsumen juga diperlukan untuk melihat apakah atribut dari beras organik sudah memenuhi harapan konsumen terhadap beras organik. Mulai dari harapan perolehan manfaat terhadap kesehatan, maupun harapan akan perolehan kualitas beras yang lebih baik, baik dari segi rasa, warna, aroma, tekstur dan bentuk dari beras organik. Dengan menganalisis persepsi konsumen, pemasar bisa mengetahui atribut apa saja yang menjadi kekuatan ataupun kelemahan dari produk yang dipasarkan.

Salah satu usaha yang memasarkan beras organik di Kota Padang adalah Pasabaru. Pasabaru merupakan toko yang menjual berbagai macam produk-produk organik yang berasal dari petani lokal. Pasabaru juga memasarkan produk-produknya melalui aplikasi teknologi digital. Pasabaru bertujuan untuk membantu para petani lokal, peternak dan industri kreatif memasarkan produk-produk unggulannya serta membantu konsumen untuk mendapatkan barang-barang segar, sehat dan higienis. Beras organik yang dipasarkan di Pasabaru ini merupakan produk yang berasal dari petani lokal yang bermitra dengan Pasabaru.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Beras Organik Di Pasabaru (Fresh Market) Padang**” dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Siapakah konsumen beras organik di Pasabaru Padang?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap beras organik di Pasabaru Padang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui siapa konsumen beras organik di Pasabaru Padang
2. Menganalisis persepsi konsumen terhadap beras organik di Pasabaru Padang

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pemilik usaha terkait persepsi masyarakat terhadap beras organik. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan beberapa pertimbangan kepada pihak-pihak terkait mengenai keputusan untuk pengembangan beras organik kedepannya. Serta diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terkait pembahasan mengenai persepsi masyarakat terhadap beras organik.

