

SKRIPSI

**PREFERENSI KONSUMEN DAN BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN
ORGANIK DI KOTA PALEMBANG
(Studi Kasus: Supermarket Diamond Kota Palembang)**

***CONSUMER PREFERENCES AND MARKETING MIX ON
PURCHASING DECISIONS FOR ORGANICS VEGETABLES OF
PALEMBANG CITY
(Case Study: Diamond Supermarket in Palembang City)***



**Erica Fajarani
05011381722165**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

PREFERENSI KONSUMEN DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK DI KOTA PALEMBANG (Studi Kasus: Supermarket Diamond Kota Palembang)

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

Erica Fajarani
05011381722165

Indralaya, Maret 2021
Pembimbing II

Pembimbing I



Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si.
NIP 196104261987032007



Nurilla Elysa Putri, S.P., M.Si.
NIP 197807042008122001

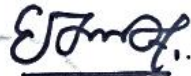

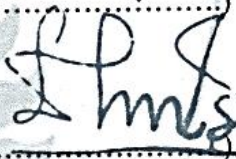

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian



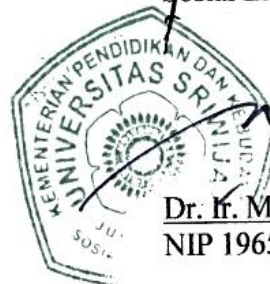
Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.
NIP 196412291990011001


Skripsi dengan Judul “Preferensi Konsumen dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Kota Palembang (Studi Kasus: Supermarket Diamond Kota Palembang)” oleh Erica Fajarani telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 03 Maret 2021 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

- | | | |
|---|------------|--|
| 1. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si. NIP 196104261987032007 | Ketua |  (.....) |
| 2. Nurilla Elysa Putri, S.P., M.Si. NIP 197807042008122001 | Sekretaris |  (.....) |
| 3. Dr. Ir. Laila Husin, M.Sc. NIP 195904231983122001 | Anggota |  (.....) |
| 4. Ir. Mirza Antoni, M.Si., Ph.D. NIP 196607071993121001 | Anggota |  (.....) |

Indralaya, Maret 2021
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian




Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP 196501021992031001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erica Fajarani

NIM : 05011381722165

Judul : Preferensi Konsumen dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan
Pembelian Sayuran Organik di Kota Palembang (Studi Kasus:
Supermarket Diamond Kota Palembang)

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat dalam skripsi ini merupakan hasil pengamatan saya sendiri dibawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam proposal skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.



Palembang, Maret 2021



[Erica Fajarani]

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas berkah dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Preferensi Konsumen dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Kota Palembang (Studi Kasus: Supermarket Diamond Kota Palembang)”. Skripsi ini ditujukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak berupa ilmu pengetahuan, serta bimbingan. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan nikmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Fajarullah dan Ibu Heni Sunarsih beserta keluarga besar yang selalu memanjatkan doa serta memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan yang tiada henti.
3. Bapak Dr. Ir. Maryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan dukungan dan bantuan sehingga penelitian ini dapat terlaksanakan.
4. Ibu Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, dukungan, kritikan, serta saran yang membangun selama membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Nurilla Elysa Putri, S.P., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II, telah membantu, membimbing, memberikan motivasi, arahan, serta dukungannya dari awal perkuliahan sampai dengan sekarang.
6. Bapak Dr. Ir. Amruzi Minha, M.S. selaku dosen penelaah di seminar hasil saya yang telah memberi banyak saran untuk skripsi saya.
7. Bapak Ir. Mirza Antoni, M.Si., Ph.D. selaku dosen penelaah di seminar proposal dan selaku dosen penguji saya di sidang komprehensif yang telah memberi banyak saran untuk skripsi saya.

8. Ibu Dr. Ir. Laila Husin. M. Sc. Selaku dosen penguji di sidang komprehensif saya yang telah memberi banyak saran yang mendukung sehingga skripsi saya menjadi lebih baik.
9. Seluruh Dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
10. Admin Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian (Mba Dian, Kak Bayu, Kak Ari, Mba Sherly, Mba Siska, dan Mba Nike), terima kasih atas bantuannya selama ini.
11. Kepada sahabat tercinta “LEMBING’S (Chindy, Dilla, Linfia, dan Riana)”, “BPJS (Tatak, Cicik, dan Ayu)”, “Cememew (Mbapia dan Billah), serta teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan membantu saya selama melaksanakan penelitian.
12. Teman Agribisnis 2017 terima kasih untuk waktu dan bantuan yang kalian berikan dari awal perkuliahan sampai dengan sekarang.
13. Kepada pihak Supermarket Diamond Kota Palembang yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di tempat.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak memiliki kekurangan dan kesalahan. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dalam skripsi ini agar tidak terulang kembali kesalahan pada penulisan selanjutnya. Besar harapan penulis kiranya skripsi ini bermanfaat, berguna, dan, memperluas wawasan bagi kita semua. Allahuma Amiin.

Palembang, Maret 2021

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian | 5 |
| BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN | 6 |
| 2.1. Tinjauan Pustaka | 6 |
| 2.1.1. Konsepsi Preferensi Konsumen..... | 6 |
| 2.1.2. Konsepsi Konsumen | 7 |
| 2.1.3. Konsepsi Proses Pengambilan Keputusan..... | 7 |
| 2.1.4. Konsepsi Sayuran Organik | 9 |
| 2.1.5. Konsepsi Atribut Sayuran Organik..... | 10 |
| 2.1.6. Konsepsi Bauran Pemasaran..... | 11 |
| 2.1.6.1. Produk (<i>Product</i>)..... | 11 |
| 2.1.6.2. Harga (<i>Price</i>)..... | 12 |
| 2.1.6.3. Distribusi (<i>Place</i>) | 13 |
| 2.1.6.4. Promosi (<i>Promotion</i>) | 13 |
| 2.2. Model Pendekatan..... | 14 |
| 2.3. Hipotesis | 15 |
| 2.4. Batasan Operasional..... | 16 |
| BAB 3. PELAKSANAAN KEGIATAN | 19 |
| 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian | 19 |
| 3.2. Metode Penelitian | 19 |
| 3.3. Metode Penarikan Contoh..... | 19 |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data..... | 19 |
| 3.5. Metode Pengolahan Data | 20 |

| | Halaman |
|---|-----------|
| 3.5.1. Uji Instrumen | 20 |
| 3.5.1.1. Uji Validitas | 20 |
| 3.5.1.2. Uji Reliabilitas | 20 |
| 3.5.2. Analisis Data | 21 |
| BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 24 |
| 4.1. Keadaan Umum Wilayah Penelitian | 24 |
| 4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi | 24 |
| 4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi | 24 |
| 4.1.3. Keadaan Cuaca dan Iklim | 26 |
| 4.1.4. Demografi Kota Palembang | 27 |
| 4.1.5. Sarana dan Prasarana | 29 |
| 4.1.6. Supermarket Diamond Kota Palembang | 31 |
| 4.1.6.1. Sayuran Organik di Supermarket Diamond | 32 |
| 4.2. Karakteristik Responden Sayuran Organik di Supermarket Diamond Kota Palembang | 34 |
| 4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 34 |
| 4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 35 |
| 4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan | 36 |
| 4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 37 |
| 4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan | 38 |
| 4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga... | 39 |
| 4.3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Organik | 40 |
| 4.3.1. Pengenalan Masalah | 41 |
| 4.3.2. Pencarian Informasi | 43 |
| 4.3.3. Evaluasi Alternatif | 45 |
| 4.3.4. Keputusan Pembelian | 47 |
| 4.3.5. Pasca Pembelian | 50 |
| 4.4. Bauran Pemasaran..... | 52 |
| 4.4.1. Produsen Sayuran Organik | 52 |
| 4.4.2. Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen..... | 54 |
| 4.5. Uji Instrumen | 57 |
| 4.5.1. Uji Validitas Atribut Sayuran Organik | 57 |

| | Halaman |
|---|---------|
| 4.5.2. Uji Reliabilitas Atribut Sayuran Organik | 58 |
| 4.6. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik | 59 |
| BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN | 64 |
| 5.1. Kesimpulan | 64 |
| 5.2. Saran | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | 66 |
| LAMPIRAN..... | 69 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1. Jumlah Suplai Sayuran Organik Supermarket Diamond | 4 |
| Tabel 3.1. Interpretasi Nilai X Skala Guttman..... | 21 |
| Tabel 3.2. Cara Pemberian Bobot dalam Menentukan Urutan Kepentingan Atribut | 23 |
| Tabel 4.1. Luas Wilayah Menurut Kecamatan Kota Palembang | 25 |
| Tabel 4.2. Rata-Rata Suhu dan Kelembaban Udara Menurut Bulan di Kota Palembang | 26 |
| Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 27 |
| Tabel 4.4. Jumlah Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Golongan Umur | 28 |
| Tabel 4.5. Sebaran Responden Sayuran Organik Berdasarkan Usia | 35 |
| Tabel 4.6. Sebaran Responden Sayuran Organik Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 36 |
| Tabel 4.7. Sebaran Responden Sayuran Organik Berdasarkan Pendidikan | 37 |
| Tabel 4.8. Sebaran Responden Sayuran Organik Berdasarkan Pekerjaan .. | 38 |
| Tabel 4.9. Sebaran Responden Sayuran Organik Berdasarkan Pendapatan | 39 |
| Tabel 4.10. Sebaran Responden Sayuran Organik Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga | 40 |
| Tabel 4.11. Sebaran Responden Berdasarkan Motivasi dalam Mengonsumsi Sayuran Organik | 41 |
| Tabel 4.12. Sebaran Responden Berdasarkan Subjek yang Melakukan Pembelian | 42 |
| Tabel 4.13. Sebaran Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian dalam Satu Bulan | 43 |
| Tabel 4.14. Sebaran Responden Berdasarkan Sumber Informasi | 44 |
| Tabel 4.15. Sebaran Responden Berdasarkan Informasi yang Paling Dicari | 45 |
| Tabel 4.16. Sebaran Responden Berdasarkan Pertimbangan Pembelian.... | 46 |
| Tabel 4.17. Sebaran Responden Berdasarkan Alternatif Pembelian ke Tempat Lain | 47 |
| Tabel 4.18. Sebaran Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian | 48 |
| Tabel 4.19. Sebaran Responden Berdasarkan Pengaruh Pembelian Sayuran Organik..... | 49 |

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 4.20. Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Kepuasan..... | 51 |
| Tabel 4.21. Sebaran Responden Berdasarkan Jika Terjadi Kenaikan Harga 50% | 51 |
| Tabel 4.22. Bauran Pemasaran Menggunakan Skala Guttman | 55 |
| Tabel 4.23. Deskripsi Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Sayuran Organik | 57 |
| Tabel 4.24. Hasil Uji Validitas Atribut Sayuran Organik..... | 58 |
| Tabel 4.25. Hasil Uji Reliabilitas Atribut Sayuran Organik | 58 |
| Tabel 4.26. Hasil Analisis <i>Chi-Square</i> Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik | 60 |
| Tabel 4.27. Kategori Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik..... | 60 |
| Tabel 4.28. Preferensi Konsumen Berdasarkan Urutan Kepentingan Atribut Sayuran Organik | 62 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 1.1. Luas Pertanian Organik Indonesia (Ha) Per Tahun | 2 |
| Gambar 2.1. Model Tingkat Proses Keputusan Pembelian Konsumen | 9 |
| Gambar 2.2. Model Pendekatan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik | 15 |
| Gambar 4.1. Keadaan Supermarket Diamond | 31 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|---------|
| Lampiran 1. Peta Wilayah Kota Palembang | 70 |
| Lampiran 2. Kuesioner Penelitian..... | 71 |
| Lampiran 3. Karakteristik Responden | 76 |
| Lampiran 4. Uji Validitas Terhadap Atribut Sayuran Organik..... | 78 |
| Lampiran 5. Uji Reliabilitas Terhadap Atribut Sayuran Organik..... | 79 |
| Lampiran 6. Hasil Analisis <i>Chi-Square</i> | 80 |

Preferensi Konsumen dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Kota Palembang (Studi Kasus: Supermarket Diamond Kota Palembang).

Consumer Preferences And Marketing Mix On Purchasing Decisions For Organics Vegetables Of Palembang City

(Case Study: Diamond Supermarket in Palembang City)

Erica Fajarani¹, Elisa Wildayana², Nurilla Elysa Putri³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas
Sriwijaya Jalan Palembang-Prabumulih Km.32 Indralaya Ogan
Ilir 30662

Abstract

This research was conducted in Diamond Supermarket in Palembang City and aims to: (1) Identifying the process of purchasing decision making for organic vegetables at Diamond Supermarket Palembang City, (2) Analyzing the organic vegetable marketing mix that affects consumer purchasing decisions at Diamond Supermarket Palembang City, (3) Analyzing consumer preferences for purchasing decisions. with the attributes of organic vegetables and the attributes most considered by consumers in purchasing decisions for organic vegetables at Diamond Supermarket Palembang City. Preference theory is used to analyze the level of customer satisfaction. Organic vegetables are vegetables produced by organik farming without using pesticides or other chemical substances. The method used in this research is a survey with accidental sampling method. This study was done in November 2020 until December 2020 with a total sample of 60 respondents. The data collection method uses primary data and secondary data. This research used descriptive tabulative, Guttman scale scoring, and chi-square analysis with validity and reliability tests. In the process of making consumer purchasing decisions for organic vegetables includes the stage of problem recognition, information search, evaluation of alternatives, purchasing decisions, and post-purchase. Marketing mix that influences consumer purchasing decisions for organic vegetables, namely the quality of organic vegetables, prices according to quality, comfortable and clean places, and placement of organic vegetables. Based on the study, it was found that consumer preferences towards purchasing decisions for organic vegetables were experiencing different preferences. The order of

importance of organic vegetables attributes most considered by consumers is physical perfection, freshness duration of vegetables, price, packaging, and vegetable color.

Keywords: organic vegetable attributes, marketing mix, consumer preferences

Pembimbing I,

Indralaya, Maret 2021
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si.
NIP 196104261987032007



Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP 196501021992031001

Pembimbing II,



Nurilla Elysa Putri, S.P., M.Si.
NIP 197807042008122001

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang memegang peranan penting dalam mendorong pembangunan ekonomi di Indonesia. Pertanian merupakan salah satu sumber pencaharian utama sebagian masyarakat Indonesia, salah satu subsektor pertanian yang menjadi mata pencaharian yaitu hortikultura. Tanaman hortikultura terutama sayuran menjadi sumber pangan terpenting karena memiliki kandungan vitamin, mineral, dan serat yang tinggi sehingga sangat bermanfaat untuk tubuh manusia (Anggiasari, 2016).

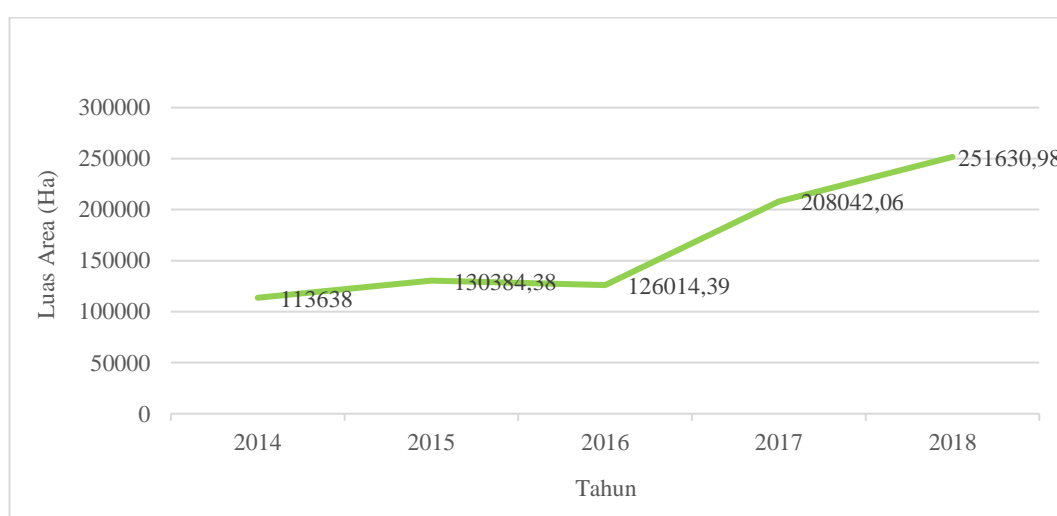
Konsumsi sayuran sangat diperlukan bagi tubuh sebagai sumber vitamin, mineral, dan serat untuk mencapai pola makan yang sehat dengan gizi seimbang serta mencapai kesehatan yang optimal. Penduduk di Indonesia rata-rata mengonsumsi sayur sebanyak 94,8% atau 70,0 gram/orang/hari dan mengonsumsi buah-buahan hanya sebesar 33,2% atau 38.8% gram/orang/hari (Hermina dan Prihatini S, 2016).

Kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat sudah mulai meningkat, terutama pada masyarakat modern, makanan berkalori tinggi dan berserat rendah secara perlahan mulai ditinggalkan. Oleh karena itu, sebagian orang menjadi semakin selektif dalam memilih sayuran untuk dikonsumsi, dengan harapan dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi tubuh. Beberapa orang bahkan mulai menetapkan berbagai syarat tertentu saat memilih sayuran yang akan dikonsumsi, salah satunya adalah sayuran yang tidak mengandung residu kimiawi atau pestisida, seperti sayuran organik. Tujuan utama masyarakat memilih sayuran organik untuk dikonsumsi yaitu dengan alasan karena kesehatan. Teknologi pertanian saat ini yaitu perkembangan pertanian organik dapat mendukung hal tersebut. Keunggulan dari teknologi pertanian organik adalah dapat mengurangi atau bahkan menghilangkan residu pestisida atau zat kimia lainnya, dan melalui teknologi ini masyarakat dapat dengan mudah menemukan pangan yang aman dikonsumsi dan ramah lingkungan.

Salah satu upaya untuk menciptakan suatu kepuasan konsumen yaitu dengan menggunakan tingkat preferensi konsumen terhadap atribut-atribut dari produk tersebut. Preferensi konsumen adalah pilihan produk yang disukai atau tidak disukai seseorang untuk dikonsumsi dari berbagai produk yang ada. Analisis preferensi konsumen dilakukan agar dapat mengetahui semua informasi yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Bagi pelaku agribisnis dalam negeri, hal ini menjadi respon yang sangat penting terhadap suatu peningkatan permintaan produk sehingga dapat menghasilkan produk yang dapat memenuhi permintaan konsumen (Hariyani, 2005).

Indonesia sudah memiliki standar pengelolaan pangan organik yaitu Standar Nasional Indonesia (SNI) 01-6729-2002. Standar Nasional Indonesia (SNI) tentang sistem pangan organik menyatakan bahwa organik adalah istilah pelabelan yang menunjukkan bahwa produk tersebut diproduksi sesuai dengan sistem pangan organik dan disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Organik yang telah diakreditasi oleh Badan Sertifikasi Nasional. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (2012) mengemukakan bahwa bahan pangan organik yang dihasilkan tidak mengandung pupuk sintetis, tidak menggunakan pestisida, bukan hasil rekayasa genetik, dan tidak terdapat hormon pertumbuhan tanpa radiasi dan antibiotik.

Adapun luas pertanian organik di Indonesia dapat kita lihat pada Gambar 1.1. dibawah ini.



Sumber: Statistik Pertanian Organik Indonesia (2019)

Gambar 1.1. Luas Pertanian Organik Indonesia Tahun 2014-2018

Pada Gambar 1.1 di atas memperlihatkan fluktuasi luas pertanian organik di Indonesia selama kurun waktu 5 tahun. Pada tahun 2014 luas pertanian organik di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 113.638 hektar. Pada tahun 2015 luas pertanian organik di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 130.384,38 hektar. Pada tahun 2016 luas pertanian organik di Indonesia mengalami penurunan sebesar 126.014,39 hektar yang disebabkan oleh beberapa pelaku pertanian organik tidak memperpanjang sertifikasinya. Pada tahun 2017 luas pertanian organik di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 208.042,06 hektar. Pada tahun 2018 luas pertanian organik di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 251.630,98 hektar (*Organic Institut, 2019*).

Kesadaran konsumen akan gaya hidup sehat semakin meningkat maka luas areal pertanian organik terus meningkat setiap tahunnya. Namun tidak semua preferensi konsumen beralih ke sayuran organik. Faktor yang membuat konsumen lebih menyukai sayuran non organik, faktor utamanya adalah harga. Harga sayuran organik seringkali lebih mahal daripada sayuran non-organik. Namun, bagi sebagian konsumen yang memahami pentingnya hidup sehat dan perlindungan lingkungan, mereka rela mengeluarkan lebih banyak uang untuk sayuran organik. Selain faktor harga, sulitnya menjangkau lokasi penjualan sayuran organik menjadi faktor lain (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2012).

Sayuran organik seringkali sulit untuk dijumpai di pasar-pasar tradisional, sayuran organik terdapat di pasar modern seperti supermarket dan mall. Sayuran organik di Kota Palembang dapat dijumpai di supermarket seperti Superindo, Giant, Hypermart, dan Diamond..

Penelitian ini dilakukan di Supermarket Diamond karena pembelian sayuran organik lebih mudah dijangkau. Selain itu, sayuran organik di Supermarket Diamond jenis nya lebih beragam dan tingkat kesegarannya tinggi sehingga konsumen lebih memilih Supermarket Diamond sebagai tujuan utama membeli sayuran organik. Jenis sayuran yang menjadi kesukaan konsumen di Supermarket Diamond adalah pakcoy, caisim, bayam, dan kangkung. Menurut salah satu supplier sayuran organik di Supermarket Diamond yaitu Smilehydrofarm menyatakan bahwa empat jenis sayuran tersebut selalu mengalami jumlah

peningkatan permintaan di Supermarket Diamond. Jumlah suplai sayuran organik di Supermarket Diamond dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.1. Jumlah Suplai Sayuran Organik Supermarket Diamond

| No. | Jenis Sayuran | Satuan | Permintaan (Rp/Bulan) |
|-----|---------------|--------|-----------------------|
| 1. | Pakcoy | Kg | 320 |
| 2. | Bayam | Kg | 120 |
| 3. | Kangkung | Kg | 80 |
| 4. | Caisim | Kg | 240 |

Sumber: Supplier Smile Hydrofarm Kota Palembang, 2020.

Tabel 1.1. di atas menunjukkan bahwa jenis permintaan sayuran organik di Supermarket Diamond paling tinggi adalah sayuran pakcoy, caisim, bayam, dan kangkung. Berdasarkan data tersebut maka jenis sayuran yang menjadi sampel penelitian adalah sayuran pakcoy, caisim, bayam, dan kangkung.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan masalah penelitian yang akan di analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah proses pengambilan keputusan dalam pembelian sayuran organik di Supermarket Diamond Kota Palembang?
2. Bagaimanakah bauran pemasaran sayuran organik yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Supermarket Diamond Kota Palembang?
3. Bagaimanakah preferensi konsumen dalam pembelian sayuran organik dan atribut manakah yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian sayuran organik di Supermarket Diamond Kota Palembang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi proses pengambilan keputusan pembelian sayuran organik di Supermarket Diamond Kota Palembang.
2. Menganalisis bauran pemasaran sayuran organik yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Supermarket Diamond Kota Palembang.

3. Menganalisis preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran organik dan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian sayuran organik di Supermarket Diamond Kota Palembang.

1.4. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti mendapatkan ilmu pengetahuan yang berharga dan wawasan yang sangat luas, dapat mengetahui tentang preferensi konsumen sayuran organik di Kota Palembang, serta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian.
2. Bagi produsen sayuran organik agar dapat lebih mengetahui tentang atribut apa saja yang akan menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli sayuran organik.
3. Bagi masyarakat dapat menjadi sumber informasi, dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W. dan Nurmalinda. 2012. Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Produk Kentang, Bawang Merah, dan Cabai Merah. *Jurnal Hortikultura*. 22 (3): 292-302
- Anggiasari, N. M., Y. Indriani dan T. Endaryanto. 2016. Sikap dan Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Organik oleh Konsumen di Kota Bandar Lampung. [skripsi]. Universitas Lampung. Bandar Lampung
- Assauri, S. 2015. Manajemen Pemasaran. Rajagrafindo Persada: Depok
- Badan Pusat Statistik Kota Palembang. 2020. Kota Palembang dalam Angka 2020. Badan Pusat Statistik: Palembang
- Badan Standarisasi Nasional. (BSN). 2002. SNI 01-6729-2002. Sistem Pangan Organik. Jakarta
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 2009. Kategori Umur Penduduk. [online]. <https://yhantiaritra.wordpress.com/2015/06/03/kategoriumurmenutdepkes/>. [Diakses pada tanggal 26 Desember 2020]
- Dwiastuti, R., A. Shinta dan R. Isaskar. 2012. Ilmu Perilaku Konsumen. Universitas Brawijaya Press: Malang
- Febrianti, T., A. Tsani dan A. N. Mila. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kota Sukabumi [online]. *Jurnal Ilmiah Pertanian*. 7 (1): 2-7
- Fissamawati, F. 2011. Analisis Pembelian Konsumen Sayuran di Pasar Tradisional [skripsi]. Institut Pertanian Bogor: Bogor
- Firmansyah, M. A. 2018. Perilaku Konsumen (*Sikap dan Pemasaran*). CV Budi Utama: Yogyakarta
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. BP Universitas Diponegoro: Semarang
- Hariyani, A. L. 2005. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Bebas Residu Pestisida (Studi Kasus di PT. Hero Supermarket, Surakarta). [skripsi]. Universitas Sebelas Maret: Surakarta
- Hermina dan S. Prihatini. 2016. Gambaran Konsumsi Sayur dan Buah Penduduk Indonesia dalam Konteks Gizi Seimbang: Analisis Lanjut Survei Konsumsi Makanan Individu (SKMI) 2014. *Jurnal Penelitian Kesehatan*. 44 (3): 205-218

- IFOAM. 2008. The World of Organik Agriculture – Statistics & Emerging Trends 2008. <http://www.soel.de/fachtheraaii>. [Diakses pada tanggal 10 Oktober 2020]
- Isdiyanti. 2007. Analisis Usahatani Sayuran Organik di Perusahaan Matahari Farm. [Skripsi]. Fakultas Pertanian: Universitas Sebelas Maret
- Isen, A. L. dan Effendy. 2016. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk (Sunkis) Impor Kota Palu. [online]. Jurnal Agrotekbis. 4 (4): 479-484
- Iskani. 2014. Skala Guttman Secara Tradisional (Cross Sectional) Revisi. [online]. <https://www.google.com/amp/s/fdokumen.com/amp/document/pengukuran-skala-guttman-tradisional-558c23c88d394.html>. [Diakses pada tanggal 27 Desember 2020]
- Khusna, K. A. M., H. Irianto dan Setyowati. 2016. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Semangka Di Kota Surakarta. [online]. Jurnal Agrista. 4 (3): 461-468
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2003. Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-9. PT Indeks Gramedia: Jakarta
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2. PT Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga: Jakarta
- Kotler, P. 2009. Manajemen Pemasaran 1. Edisi 13. Erlangga: Jakarta
- Linov. 2020. Sistem Konsinyasi Pengertian, Manfaat, serta Kerugiannya. [online]. <https://www.google.com/amp/s/www.linovhr.com/sistem-konsinyasi/> [Diakses pada tanggal 24 Desember 2020]
- Lipsey, R. G. 1995. Pengantar Mikroekonomi. Binarupa Aksara: Jakarta
- Mowen, J. C. dan M. Minor. 1998. *Consumer Behavioured*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Nicholson, W. 1989. *Microeconomics Theory: Basic Principles and Extensions*. (Teori Ekonomi Mikro I, alih bahasa: Deliarnov). CV Rajawali: Jakarta
- Organic Institut, Yayasan Alifa, dan Kombas.id. 2019. Statistik Pertanian Organik Indonesia. Aliansi Organik Indonesia: Bogor
- Pindyck, R. and Rubinfeld. 2002. Mikro Ekonomi Jilid 1. Prenhallindo: Jakarta

- Ridwan. 2006. Mengenal Manfaat Sayuran Organik. <http://ridwanaz.com/kesehatan/mengenal-manfaat-sayuran-organik/>. [Diakses pada tanggal 12 Oktober 2020]
- Sadeli, M. 2016. *Does Customer Satisfaction on Product Quality Illustrates Loyalty of Agriculture Product?*. [online]. International Journal of Applied Business and Economic Research. 14 (1): 223-232
- Schiffman dan Kanuk. 2004. Perilaku Konsumen Edisi 7. PT Indek Gramedia: Jakarta
- Selang, C. A. D. 2013. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. Jurnal EMBA [online]. 1 (3): 71-80
- Siegel, S. 2018. Statistik Nonparametrik Untuk Ilmu-Ilmu Sosial. PT Gramedia. Jakarta
- Simamora, B. 2004. Membongkar Kotak Hitam Konsumen. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Sujarweni, W. 2014. Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami. PT Pustaka Baru: Yogyakarta
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta: Bandung
- Sunyoto, D. 2015. Strategi Pemasaran. *Center for Academic Publishing Service*: Yogyakarta
- Tjiptono, F. 2007. Pemasaran Strategi. Andi: Yogyakarta
- Usdiana, L. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Kale Organik (*Brassica oleracea* var. *Acephala*) di UD. Bumiaji Sejahtera Dusun Banaran Desa Bumiaji Kecamatan Bumiaji Kota Batu. [skripsi]. Universitas Brawijaya: Malang
- World Bank*. 2015. Tingkat Pendapatan Perkapita Penduduk. [online]. <https://www.worldbank.org/in/country/indonesia>. [Diakses pada tanggal 14 Desember 2020]
- Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. 2012. Mengenal Lebih Jauh Pangan Organik. [online]. ylki.or.id/2012/01/pangan-organik/. [Diakses pada tanggal 16 Oktober 2020]