

SKRIPSI

PREFERENSI KONSUMEN DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK DI KOTA MUARADUA

(Studi Kasus: Pasar Tradisional Saka Selabung Kota Muaradua)

***CONSUMER PREFERENCES AND MARKETING MIX ON
PURCHASING DECISIONS FOR ORGANICS VEGETABLES OF
MUARADUA CITY***

(Case Study: Saka Selabung Traditional Market in Muaradua City)



**Galih Arkadaya
05011181823022**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

SUMMARY

Galih Arkadaya, Consumer Preferences and Marketing Mix on Purchase Decisions for Organic Vegetable of Muaradua City (Case Study: Saka Selabung Traditional Market, Muaradua City). (Supervised by **Amruzi Minha**).

The purposes of this study were: (1) to analyze consumer preferences for purchasing decisions and the attributes most considered by consumers in purchasing decisions for organic vegetables at Saka Selabung Market Muaradua City; (2) to analyze the organic vegetable marketing mix that affects consumer purchasing decisions at Saka Selabung Market, Muaradua City. Preference theory is used to analyze the level of consumer satisfaction. Organic vegetables are types of vegetables that are produced from organic agricultural cultivation without the use of pesticides or other chemical substances. The method used in this research was a survey with accidental sampling method. This research was carried out in April 2022 until it was completed with a total sample of 100 respondents. The data collected were primary data and secondary data. The data processing method used was chi-square analysis with validity and reliability tests and Guttman scale scoring. Consumer preferences for organic vegetable purchasing decisions were experiencing differences in preferences. The order of importance of the attributes of organic vegetables that were most considered were the length of freshness of vegetables, price, color of vegetables, and physical perfection. The marketing mix that was closest to influencing consumer purchasing decisions for organic vegetables was the type of organic vegetables, prices according to quality, easily accessible places, and discounted purchase prices.

Key words: organic vegetable attributes, consumer preferences, marketing mix

RINGKASAN

Galih Arkadaya, Preferensi Konsumen dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik di Kota Muaradua (Studi Kasus: Pasar Tradisional Saka Selabung Kota Muaradua). (Dibimbing Oleh **Amruzi Minha**).

Tujuan dari penelitian ini yaitu: Menganalisis pereferensi konsumen dalam pembelian sayur organik dan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian sayuran organik di Pasar Saka Selabung Kota Muaradua. (2) Menganalisis bauran pemasaran sayuran organik yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pasar Saka Selabung Kota Muaradua. Teori preferensi digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen. Sayuran organik merupakan jenis sayur yang di hasilkan dari budidaya pertanian organik tanpa menggunakan pestisida atau zat kimia lainnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan metode *accidental sampling*. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan april 2022 sampai dengan selesai dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Metode pengolahan data menggunakan, analisis *chi-square* dengan uji validitas dan uji reliabilitas dan skoring skala guttman. Preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik yaitu mengalami perbedaan preferensi. Urutan kepentingan atribut sayuran organik yang paling dipertimbangkan yaitu lama kesegaran sayuran, harga, warna sayuran, dan kesempurnaan fisik. Bauran pemasaran yang paling mendekati berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen terhadap sayuran organik yaitu jenis sayuran organik, harga sesuai dengan kualitas, tempat mudah dijangkau, dan adanya potongan harga pembelian.

Kata kunci: atribut sayuran organik, preferensi konsumen, bauran pemasaran

SKRIPSI

PREFERENSI KONSUMEN DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK DI KOTA MUARADUA (Studi Kasus: Pasar Tradisional Saka Selabung Kota Muaradua)

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



**Galih Arkadaya
05011181823022**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

PREFERENSI KONSUMEN DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK DI KOTA MUARADUA

(Studi Kasus: Pasar Tradisional Saka Selabung Kota Muaradua)

SKRIPSI

Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

Galih Arkadaya
05011181823022

Indralaya, November 2022

Pembimbing


Dr. Ir. Amruzi Minha, M.S.
NIP. 195811111984031004



Skripsi dengan judul “Preferensi Konsumen dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik di Kota Muaradua (Studi Kasus: Pasar Tradisional Saka Selabung Kota Muaradua).” oleh Galih Arkadaya telah dipertahankan dihadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 17 Oktober 2022 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan dari tim penguji.

Komisi Penguji

- | | | |
|--|------------|---------|
| 1. Dini Damayanthi, S.P., M.Sc.
NIP. 199607102022032000 | Ketua | (.....) |
| 2. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si.
NIP. 197802102008122001 | Sekretaris | (.....) |
| 3. Ir. Muhamad Yazid, M.Sc, Ph.D.
NIP. 196205101988031002 | Penguji | (.....) |
| 4. Dr. Ir. Amruzi Minha, M.S.
NIP. 195811111984031004 | Pembimbing | (.....) |

Indralaya, November 2022
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian

Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001



PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Galih Arkadaya

NIM : 05011181823022

Judul : Preferensi Konsumen dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Kota Muaradua (Studi Kasus: Pasar Tradisional Saka Selabung Kota Muaradua)

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, November 2022



Galih Arkadaya

RIWAYAT HIDUP

Galih Arkadaya sebagai penulis skripsi ini dilahirkan di Desa Tanjung Jati Kecamaatan Kisam Ilir OKU Selatan pada tanggal 07 Maret 2000 dari pasangan Bapak Merian Ideal, almarhuma Ibu Anita Ismaini dan ibu Apriyani. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara. Penulis menempuh pendidikan dasar di SD Negeri 2 Pulau Kemiling yang lulus pada tahun 2012, pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 2 Kisam Ilir yang lulus pada tahun 2015, dan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 5 OKU Baturaja yang lulus pada tahun 2018. Penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri di Universitas Sriwijaya, diterima pada bulan Agustus tahun 2018 sebagai mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian.

Selama menempuh pendidikan sekolah tinggi di program studi agribisnis, penulis aktif dalam berorganisasi dibuktikan penulis tergabung dalam organisasi kedaerahan KM Sersan Komisariat Unsri. Penulis pernah diamanahkan sebagai kepala Dinas Olahraga dan Seni, dan juga merupakan anggota dinas Olahraga dan Seni HIMASEPERTA Universitas Sriwijaya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang mana atas berkat rahmat dan ridho-Nyalah penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “**“Preferensi Konsumen dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Kota Muaradua (Studi Kasus: Pasar Tradisional Saka Selabung Kota Muaradua)”**”. skripsi ini ditujukan sebagai sarat untuk mendapatkan gelar sarjana pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

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

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan nikmat, hidayah dan karuniahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya yang tercinta, Bapak Merian Ideal dan Ibu Apriyani beserta ibu kandung saya Anita Ismayini dan keluarga besar yang selalu memanjatkan doa serta memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan yang tiada henti.
3. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan dukungan dan bantuan sehingga penelitian ini dapat terlaksanakan.
4. Bapak Dr. Ir. Amruzi Minha, M.S. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan, keritikan serta saran yang membangun selama membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si. selaku dosen penelaah di seminar proposal saya yang telah memberi banyak saran untuk skripsi saya.
6. Bapak Ir. Muhammad Yazid, M.Sc, Ph.D selaku dosen penelaah pada seminar hasil dan selaku dosen penguji saya di siding komprehensif yang telah memberi banyak saran untuk skripsi saya.
7. Ibu Dini Damayanthi, S.P., M.Sc. Selaku Ketua Penguji saya di siding komprehensif yang telah memberi banyak saran untuk skripsi saya.
8. Seluruh dosen agribisnis dan fakultas pertanian yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.

9. Admin jurusan Sosial Ekonomi Pertanian (Mbak Dian, Kak Ikhsan, dan Kak Ari) Trimakasih atas bantuannya selama ini.
10. Seluruh teman agribisnis 2018 terutama sahabat-sahabat Molay terima kasih atas bantuan yang telah diberikan dan perilaku receh yang telah menghibur selama menempuh Pendidikan di Universitas Sriwijaya.
11. Kepada responden yang telah bersedia untuk diwawancara dan menjawab kuesioner saya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini tentu masih memiliki banyak kekurangan dan kesalahan. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk memperbaiki penulisan pada laporan ini agar tidak terulang lagi pada laporan berikutnya. Besar harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat, berguna dan memperluas wawasan bagi kita semua.

Indralaya, November 2022

Galih Arkadaya

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.1.1. Konsepsi Preferensi Konsumen	7
2.1.2. Konsepsi Konsumen.....	7
2.1.3. Konsepsi Sayuran Organik.....	8
2.1.4. Konsepsi Atribut Sayuran Organik	9
2.1.5. Konsepsi Bauran Pemasaran	10
2.2. Model Pendekatan.....	13
2.3. Hipotesis.....	13
2.4. Batasan Oprasional.....	14
BAB 3. PELAKSANAAN KEGIATAN	16
3.1. Tempat dan Waktu	16
3.2. Metode Penelitian.....	16
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	16
3.4. Metode Pengumpulan Data	16
3.5. Metode Pengolahan Data	17
3.5.1. Uji Instrumen	17
3.5.2. Analisis Data	19
BAB 4. HASIL dan PEMBAHASAN	22
4.1. Keadaan Umum Wilaya	22
4.1.1. Letak Dan Batasan Wilaya.....	22

	Halaman
4.1.2. Keadaan Giografis.....	23
4.1.3. Kondisi Iklim	24
4.1.4. Demografi Kabupaten Oku Selatan	25
4.1.5. Pasar Saka Selabung Kota Muaradua	26
4.2. Karakteristik Responden Sayuran Organik Di Pasar Tradisional Saka Selabung Kota Muaradua.....	27
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	28
4.2.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
4.2.3. Katakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	30
4.2.4. Katakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
4.2.5. Katakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	32
4.2.6. Katakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga ...	33
4.3. Uji Instrument	34
4.3.1. Uji Validitas Atribut Sayuran Organik	34
4.3.2. Uji Reliabilitas Atribut Sayuran Organik.....	34
4.4. Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayur Organik.....	35
4.5. Bauran Pemasaran	38
4.5.1. Produsen Sayuran Organik.....	38
4.5.2. Bauran Pemasaran Sayuran Organik Yang Mempengaruhi..... Keputusan Pembelian Konsumen	40
BAB 5. KESIMPULAN dan SARAN	44
5.1. Kesimpulan	44
5.2. Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Suplay Sayur Organik Pasar Saka Selabung	5
Tabel 3.1. Cara Pemberian Bobot dalam Menentukan Urutan Kepentingan Atribut	20
Tabel 3.2. Interpretasi Nilai X Skala Guttman.....	21
Tabel 4.1. Luas Wilaya Dan Ibu Kota Kecamatan Di Kabupaten OKU Selatan	23
Tabel 4.2. Rata-Rata Jumlah Curah Hujan dan Hari Hujan Menurut Bulan di kabupaten oku selatan	24
Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan	26
Tabel 4.4. Sebaran Responden Sayuran Organik Berdasarkan Usia	28
Tabel 4.5. Sebaran Responden Sayuran Organik Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.6. Sebaran Responden Sayuran Organik Berdasarkan Tingkat ... Pendidikan	30
Tabel 4.7. Sebaran Responden Sayuran Organik Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.8. Sebaran Responden Sayuran Organik Berdasarkan Pendapatan	32
Tabel 4.9. Sebaran Responden Sayuran Organik Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	33
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Atribut Sayuran Organik	34
Tabel 4.11. Hasil Reliabilitas Atribut Sayuran Organik	35
Tabel 4.12. Hasil Analisis Chi Square Preferensi Konsumen Terhadap ... Atribut Sayuran Organik	36
Tabel 4.13. Kategori Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik	37
Tabel 4.14. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik Berdasarkan Urutan Kepentingan	38
Tabel 4.15. Bauran Pemasaran Sayuran Organik Menggunakan Sekala Guttman	41
Tabel 4.16. Diskripsi Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Sayur Organik .	42

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1. Luas Pertanian Organik Indonesia (Ha) Per Tahun	3
Gambar 2.2. Model Pendekatan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik.....	13

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Letak Dan Batas Wilaya Kabupaten Oku selatan	49
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	50
Lampiran 3. Karakteristik Responden	55
Lampiran 4. Uji Validitas Terhadap Atribut Sayuran Organik	57
Lampiran 5. Uji Reliabilitas Terhadap Sayuran Organik	58
Lampiran 6. Hasil Analisis <i>Chi-Square</i>	59
Lampiran 7. Keadaan Pasar Tradisional Saka Selabung Kota Muaradua...	60

BIODATA

NAMA/NIM	: Galih Arkadaya
Tempat/tanggal lahir	: Tanjung Jati/07 Maret 2000
Tanggal Lulus	: 29 November 2022
Fakultas	: Pertanian
Judul	: Preferensi Konsumen dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik di Kota Muaradua (Studi Kasus: Pasar Tradisional Saka Selabung Kota Muaradua)
Dosen Pembimbing Skripsi	: Dr. Ir. Amruzi Minha, M.S.
Pembimbing Akademik	: Dr. Ir. Amruzi Minha, M.S.

Preferensi Konsumen dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik di Kota Muaradua (Studi Kasus: Pasar Tradisional Saka Selabung Kota Muaradua)

Consumer Preferences and Marketing Mix on Purchase Decisions for Organic Vegetable of Muaradua City (Case Study: Saka Selabung Traditional Market, Muaradua City)

Galih Arkadaya¹, Amruzi Minha²

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

Abstract

The purposes of this study were: (1) to analyze consumer preferences for purchasing decisions and the attributes most considered by consumers in purchasing decisions for organic vegetables at Saka Selabung Market Muaradua City; (2) to analyze the organic vegetable marketing mix that affects consumer purchasing decisions at Saka Selabung Market, Muaradua City. Preference theory is used to analyze the level of consumer satisfaction. Organic vegetables are types of vegetables that are produced from organic agricultural cultivation without the use of pesticides or other chemical substances. The method used in this research was a survey with accidental sampling method. This research was carried out in April 2022 until it was completed with a total sample of 100 respondents. The data collected were primary data and secondary data. The data processing method used was chi-square analysis with validity and reliability tests and Guttman scale scoring. Consumer preferences for organic vegetable purchasing decisions were experiencing differences in preferences. The order of importance of the attributes of organic vegetables that were most considered were the length of freshness of vegetables, price, color of vegetables, and physical perfection. The marketing mix that was closest to influencing consumer purchasing decisions for organic vegetables was the type of organic vegetables, prices according to quality, easily accessible places, and discounted purchase prices.

Key words: organic vegetable attributes, consumer preferences, marketing mix

¹ Mahasiswa

² Dosen Pembimbing

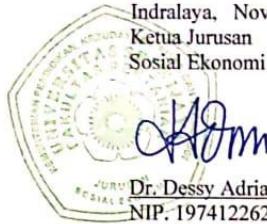
Pemlimbing,



Dr. Ir. Amruzi Minha, M.S.
NIP. 195811111984031004

Indralaya, November 2022

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia sebuah negara dengan sumber daya alam yang besar, kekayaan yang terdiri dari sumber daya air, daratan, hutan, laut, dan keanekaragaman lainnya yang tersebar diseluruh pulau kepulauan Indonesia. Kekayaan alam tentunya dapat menjadi modal pembangunan ekonomi Indonesia. Di satu sisi lainnya sumber daya alam yang melimpah tersebut dapat dioptimalkan melalui sektor pertanian (Widyawati, 2017).

Subsektor hortikultura memiliki peran penting dan strategis karena merupakan konsumen utama sampel pangan. Hasil kebun, terutama sayuran dan buah-buahan, berperan penting dalam keseimbangan gizi. Produk hortikultura juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi, sehingga hortikultura dapat menjadi sumber pendapatan masyarakat dan petani. Karena produk hortikultura memiliki nilai jual yang tinggi, keanekaragaman hayati dan ketersediaan sumberdaya lahan. (Kudadiri, 2014).

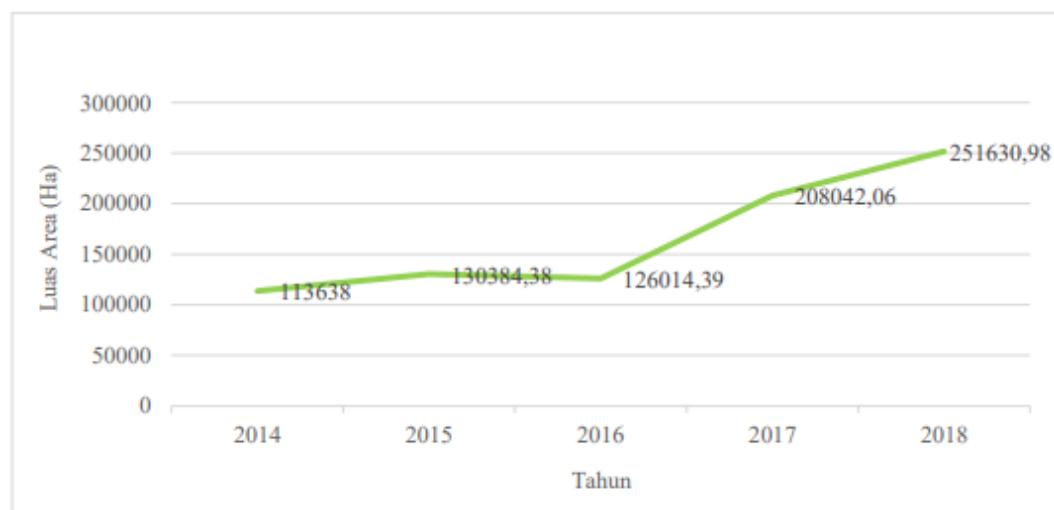
Sayuran menjadi sumber dari vitamin, mineral serta serat bagi tubuh melalui pola makan yang sehat dan seimbang mampu mengoptimalkan kesehatan. Rata-rata saat ini penduduk Indonesia mengkonsumsi sayuran kurang lebih berkisar pada angka 94,8% atau 70,0 gram/orang/hari, sedangkan pada tumbuhan mereka mengkonsumsi sekitar 33,2% atau 3,8 gram/orang/hari berdasarkan penelitian Hermina dan Prihatin S, (2016).

Dengan mengkonsumsi berbagai jenis makanan yang dianjurkan seperti karbohidrat, buah, sayur, protein dan lemak dapat mengubah perilaku hidup sehat yang berawal dari menjaga pola makan. Sayur dan buah menjadi sumber bahan makan dengan kandungan vitamin dan mineral yang menjaga fungsi fisiologis tubuh. Vitamin dan mineral umumnya hanya dibutuhkan dalam jumlah sedikit, tetapi tubuh akan sulit memproduksi vitamin dan mineral dengan sendirinya, karena itu perlu dukungan dengan membiasakan pola makan teratur yang memiliki kandungan vitamin dan mineral sesuai dengan kebutuhan tubuhnya.

Kesadaran untuk hidup sehat di masyarakat sudah semakin meningkat. Peningkatan status ekonomi serta kemudahan akses informasi dan pengetahuan mengenai gaya hidup sehat membuat khususnya kalangan menengah ke atas lebih memerhatikan kesehatan. Oleh karena itu, Beberapa orang memilih sayuran mereka lebih selektif. Beberapa bahkan mulai memiliki persyaratan yang berbeda untuk pemilihan sayuran yang dapat dimakan, termasuk sayuran yang tidak mengandung residu kimia atau pestisida.

Indonesia memiliki standar pengelolaan untuk pangan organik yang dikenal dengan SNI (Standar Nasional Indonesia) untuk sistem pangan organik, dimana organik merupakan suatu istilah dengan label yang menunjukkan suatu produk tersebut telah diproduksi sesuai dengan standar dan memiliki sertifikat dari Lembaga Sertifikasi Organik (LSO) dengan akreditasi yang diberikan oleh Komisi Akreditasi Nasional (KAN). YLKI atau yang dikenal sebagai Yayasan Perlindungan Konsumen Indonesia (2012) memberikan pernyataan bahwa sedikit atau tidak ada unsur kimia seperti pupuk, pestisida, hormon, obat-obatan yang dimodifikasi secara non-gen digunakan dalam produksi makanan organik, dan tidak ada teknologi non-radiasi yang digunakan untuk melestarikannya. menghasilkan pangan yang lebih sehat dan bergizi produk produksi pangan dengan metode pertanian organik

Luas pertanian organik di Indonesia ditunjukkan pada Gambar 1.1. di bawah



gambar 1. 1 Luas pertanian organik Indonesia tahun 2014-2018

Sumber: Statistika Pertanian Organik Indonesia (2019)

Berdasarkan pada gambar di atas ditunjukkan grafik perubahan pada pertanian organik yang ada di Indonesia selama kurun waktu lima tahun. Tahun 2014 silam, pertanian organik Indonesia memiliki luas yang bertambah sebesar 113.638 hektar, 2015 dengan 130.384,38 hektar, 2016 dengan 126.014,36 hektar, yang mana pada tahun-tahun tersebut mengalami penurunan luasan pertanian organik. Sedangkan pada tahun 2017, luas lahan pertanian organik Indonesia mengalami pelonjakkan dengan angka sebesar 208.042,06 hektar, 2018 tetap mengalami penambahan pada angka 251.630,98 hektar berdasarkan data Organik Institut (2019).

Upaya untuk memotivasi pengambilan keputusan konsumen adalah Menggunakan tingkat preferensi konsumen dalam atribut produk. disukai atau tidak disukai seseorang ketika mengkonsumsi berbagai produk yang ada merupakan preferensi konsumen. kebutuhan dan keinginan konsumen atau preferensi konsumen dianalisis untuk mendapatkan semua informasi (Hariyani, 2005)

Di era moderen ini masyarakat cenderung menyukai makanan-makanan organik dibandingkan makanan anorganik. Sayuran merupakan sumber pangan penting untuk dikonsumsi masyarakat karena kandungan protein, vitamin, mineral, dan serat yang dimiliki sayuran berguna bagi tubuh manusia. Potensi dan banyaknya manfaat yang dimiliki sayuran organik menyebabkan permintaan mengalami kenaikan setiap tahunnya. Sayuran menjadi salah satu komoditas unggulan karena memiliki nilai ekonomis dan permintaan pasar yang cukup tinggi dengan masa panen yang pendek (Caney, 2019).

Pertanian organik sudah mulai dikembangkan di Kota Muaradua, Sehubungan dengan Program Pengembangan pertanian organik di Kecamatan Pulau Beringin khususnya di Desa Tanjung kari yang diselenggarakan oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Oku Selatan (2020). Komoditas sayuran organik menjadi salah satu yang dipilih untuk dibudidayakan. Hasil panen sayuran organik sudah masuk dan dipasarkan di Pasar Tradisional Saka Selabung Kota Muaradua.

Sayuran organik yang dijual di Pasar Tradisional belum mengalami peningkatan penjualan yang signifikan. Hal ini dikaranakan konsumen sayuran di Pasar Tradisional Kota Muaradua sebelumnya hanya mengenal satu Jenis sayuran

yang dijual yaitu sayuran non organik. Sarana dan prasarana seperti Pasar Modern atau Supermarket belum tersedia di kota muaradua yang menyebabkan sebagian masyarakat belum mengenal jenis sayuran organik dan manfaat mengkonsumsi sayuran tersebut. Oleh karena itu, Perlu dilakukan analisis preferensi konsumen dan bauran pemasaran untuk menganalisa sejauh mana keinginan konsumen terhadap suatu produk. Preferensi konsumen penting diketahui oleh pelaku agribisnis, khususnya produsen dan pemasar sayur orgnaik agar dapat memenuhi permintaan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Saka Selabung karena diketahui pasar tersebut merupakan pasar satu-satunya yang ada di Kota Muaradua. pembelian sayuran organik di Pasar Saka Selabung tergolong murah dan memiliki jenis yang cukup beragam. Jenis sayuran yang menjadi kesukaan konsumen di pasar Saka selabung Adalah selada air, daun lumai, daun labu siam, dan kangkung air. Menurut salah satu supplier sayuran organik di Pasar Saka Selabung yaitu perkebunan sayur di Desa Tanjung Kari Kabupaten OKUS menyatakan permintaan keempat sayuran tersebut mulai meningkat di pasar Saka Selabung. Pengiriman sayuran organik di Pasar Saka Selabung dapat dilihat pada Table 1.1.

Tabel 1.1. Jumlah Suplay Sayur Organik Pasar Saka Selabung

No	Jenis Sayuran	Permintaan/Bulan (Kg)
1	Selada air	71
2	Saun lumai	125
3	Daun labu siam	78
4	Kangkung air	109
Total		383

Sumber: Supplier Agen Sayur Desa Jantung Kari OKUS, (2022)

Tabel 1.1. di atas menunjukan bahwa jenis permintaan sayuran organik di Pasar Saka Selabung Kota Muaradua paling tinggi adalah sayuran selada air, daun lumai, daun labu siam, kangkung air. Berdasarkan informasi tersebut maka sayuran yang menjadi sampel penelitian adalah selada air, daun luma, daun labu siam dan kangkung.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan penelitian yang dianalisis dalam adalah:

1. Bagaimana Preferensi konsumen saat membeli sayuran organik dan karakteristik apa yang paling diperhatikan konsumen saat membeli sayuran organik Pasar Saka Selabung Kota Muaradua?
2. Bagaimana proses pembauran pemasaran sayuran organik dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen di Pasar Saka Selabung Kota Muaradua?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, dapat dikemukakan beberapa tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Menganalisis Preferensi konsumen saat membeli sayuran organik dan karakteristik apa yang paling diperhatikan konsumen saat membeli sayuran organik Pasar Saka Selabung Kota Muaradua.
2. Mengidentifikasi proses bauran pemasaran sayuran organik yang terjadi di Pasar Saka Selabung Kota Muaradua dalam mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan berdasarkan output penelitian ini merupakan menjadi berikut:

1. Besar harapan penulis agar memberikan kontribusi pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai bagaimana preferensi para konsumen sayuran organik di Kota Muaradua dan menjadi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
2. Petani sayuran organik dapat mempelajari lebih lanjut karakteristik apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen saat membeli sayuran organik.
3. Petani sayuran organik dapat mempelajari lebih lanjut tentang kualitas yang dicari konsumen saat membeli sayuran organik.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2015. Manajemen Pemasaran. Rajagrafindo Persada. Depok.
- Christopher, M., dan Peck, H. 1997. *Marketing Logistic Second Edition*. Oxford. Butterworth Heinemann.
- Cypert, Kaney, E. Prasetyo, dan A. Setiadi. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Brokoli Organik Di Pasar Modern Gelael Semarang. JSEP (*Journal of Social and Agricultural Economics*) 12.2: 67-79.
- Febrianti, T., A. Tsani dan A. N. Mila. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik di Kota Sukabumi. Jurnal Ilmiah Pertanian. 7.1: 2-7.
- Fajarani, Erica, Elisa Wildayana, dan Nurilla Elysa Putri. 2021. Preferensi Konsumen Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Kota Palembang (Studi Kasus: Supermarket Diamond Kota Palembang). Diss. Universitas Sriwijaya.
- Fatimah, Petti Siti, dan Putra Apriadi Siregar. 2009. Konsumsi Buah, Sayur dan Ikan Berdasarkan Sosio Demografi Masyarakat Pesisir Provinsi Sumatera Utara. *Contagion: Scientific Periodical Journal of Public Health and Coastal Health* 2.1: 51-63.
- Firsamawati, F. 2011. Analisis pembelian konsumen sayur di pasar tradisional Institute pertanian bogor. Bogor.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. BP Universitas Diponegoro: Semarang
- Hariyani, A. L. 2005. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayur Bebas Residu Pestisida (Studi Kasus di PT. Hero Supermarket, Surakarta). Skripsi. Universitas Sebelas Maret: Surakarta
- Haryanto, E. 2013. Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado. Jurnal EMBA,1.3: 750–760
- Hasan, Ali. 2008. Marketing. Yogyakarta: Medpress.
- Hermawan, Haris. 2015. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*
- Hermina, H., dan Prihatini, S. 2016. Gambaran Konsumsi Sayur dan Buah Penduduk Indonesia Dalam Konteks Gizi Seimbang: Analisis Lanjut Survei Konsumsi Makanan Individu SKMI 2014. *Indonesian Bulletin of Health Research*, 44.3: 205-218.

- Hintze, Stephanie 2015. *Value Chain Marketing*. Springer: London.
- Isen, A.L. Dan Efendy.2006, Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal Dan Dan Buah Jeruk (Sunkis) Impor Kota Pelaju. Jurnal Agrotekbis. 4 (4): 479-484
- Khorniawati, Melisa. 2014. Produk Pertanian Organik di Indonesia: Tinjauan Atas Preferensi Konsumen Indonesia Terhadap Produk Pertanian Organik Lokal. *Competence: Journal of Management Studies* 8.2.
- Khusna, K. A. M., H. Irianto dan Setyowati. 2016. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Semangka di Kota Surakarta. Jurnal Agrista. 4.3: 461-468.
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2006. *Marketing Management, Twelfth Ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River*.
- Kotler, P. 2000. *Marketing Management, Millenium Edition. Marketing Management*, 23.6: 188–193.
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran Jilit 1 Dan 2. PT Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta
- Kotler, P. 2009. Manajemen Pemasaran Jilit 1. Edisi 13. Erlangga: Jakarta
- Kudadiri, Khairunnisa. 2014. Dampak Impor Produk Hortikultura Cina Terhadap Sektor Hortikultura Indonesia Dalam Kerangka ACFTA Tahun 2010-2013.
- Munandar, Jono M., Faqih Udin, and Meivita Amelia. 2004. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan Di Bogor. Jurnal Teknologi Industri Pertanian 13.3.
- Organic Institut*, Yayasan Alifa, dan Kombas.Id. 2019. Statistik Pertanian Organik Indonesia. Aliansi Organis Indonesia: Bogor
- Rachmawati, Rina. 2011. Peranan Bauran Pemasaran *Marketing Mix* Terhadap Peningkatan Penjualan. Jurnal Kompetensi Teknik 2.2.
- Rifai, Ahmad, Didi Muwardi, and Juwita Rizki Fitri Nauli Rangkuti. 2008. Perilaku Konsumen Sayuran Organik di Kota Pekanbaru. JIP (Jurnal Industri Dan Perkotaan) 12.22.
- Silitonga, Junipranto, and Salman Salman. 2014. Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Pekan baru. Dinamika Pertanian 29.1: 79-86.
- Simamora, B. 2004. Membongkar kotak hitam konsumen, gramedia pustaka utama: Indonesia.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabet: Bandung
- Sujarweni, W. 2014. Metodologi Penelitian. PT Pustaka Baru: Yogyakarta

- Syukur, Muhamad, dan Maya Melati. 2016. Pengembangan Sayuran Organik. PT. Penerbit IPB Press.
- Utami, Heryana Harta, Laila Husin, *and* Eka Mulyana. 2021. Preferensi Konsumen dan Faktor-Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Membeli Nanas *Ananas Comosus L.* di Pasar Indralaya Kabupaten Ogan Ilir. Diss. Sriwijaya University.
- Wardhani, Widya, Ujang Sumarwan, dan Lilik Noor Yuliati. 2014. Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hunian *Green Product*. Jurnal Manajemen Dan Organisasi 6.1: 45-63.
- Wangko, M. C. 2013. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Panther Pada PT Astra Internasional – Izuzu Manado. Jurnal EMBA, 1.3: 541–549.
- Widyawati, Retno Febriyastuti. 2017. Analisis Keterkaitan Sektor Pertanian dan Pengaruhnya Terhadap Perekonomian Indonesia *Analisis Input Ouput*. Jurnal Economia 13.1: 14-27.