

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sayuran memiliki manfaat yang penting bagi konsumen, oleh sebab itu komoditas ini memiliki nilai ekonomi yang besar bagi sektor agribisnis. Konsumen perlu mengonsumsi sayuran untuk memelihara fungsi tubuh secara sehat sehingga ketersediaan dan penawaran sayuran dipasar merupakan peluang bagi petani, pengelola pasar dan pedagang sayuran.

Karsin dalam Aswatini (2007) mengatakan sayuran dan buah-buahan merupakan salah satu kelompok pangan dalam pengolahan FAO dikenal dengan *Desireable Dietary Pattern* (pola pangan harapan /PPH). Kelompok bahan pangan ini berfungsi sebagai sumber vitamin dan mineral, sehingga kekurangan mengkonsumsinya berpengaruh negative terhadap kondisi gizi. Akan tetapi masyarakat Indonesia masih belum banyak mengetahui hal tersebut, hal ini dapat diketahui dari tingkat konsumsi sayuran masyarakat Indonesia masih rendah. Tingkat konsumsi sayuran di Indonesia pada tahun 2018 Baru sebesar 65,7 kg/kapita/tahun, sedangkan menurut standar lembaga pangan dan pertanian dunia (FAO) konsumsi sayuran sebesar 95,7 kg/kapita/tahun.

Konsumsi sayuran selalu berkaitan dengan produksi sayuran, jika dilihat dari produksi sayuran di Indonesia beberapa tahun belakangan ini sangat fluktuatif (hal ini dapat dilihat dari pada table 1.1, tetapi tidak semua masyarakat menyadari akan pentingnya mengonsumsi sayuran hal ini disebabkan tingkat pengetahuan rata-rata masyarakat yang masih rendah.

**Tabel 1.1. Produksi dan Pertumbuhan Sayuran di Indonesia Tahun 2013 - 2017**

<b>Tahun</b>	<b>Produksi (ton)</b>	<b>Pertumbuhan (%)</b>
2013	11.069.447	-
2014	11.436.860	3
2015	14.411.637	26
2016	11.625.632	-19
2017	12.001.433	3
<b>Rata – rata</b>	<b>12.109.001,8</b>	<b>3</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2014-2018

Jika dilihat pada Tabel 1.1, dari tahun 2013 sampai tahun 2017 produksi mengalami peningkatan yang fluktuatif dari tahun ke tahun dengan rata-rata produksi pertahun 12.109.001,8/ton dengan peningkatan persentase dari tahun ke tahun sebesar 3%. Walaupun angka produksi mengalami peningkatan yang fluktuatif tetapi belum memenuhi kebutuhan sayuran masyarakat Indonesia. Menurut Rahardi (2001) idealnya seseorang mengkonsumsi sayuran sekitar 200 gram/hari, ini bertujuan untuk agar metabolisme didalam tubuh tidak terganggu sebagai akibat dari kekurangan serat. Fakta ini menunjukkan pasar untuk komoditi sayuran masih terbuka. Dari segi ekonomi sayuran memegang peran penting sebagai sumber pendapatan petani, pedagang, maupun penyerapan tenaga kerja.

Dalam penelitian ini jenis sayuran dibahas antara lain: cabe besar, cabe rawit, bawang merah, bawang putih, kembang kol, sawi, kubis, tomat, buncis, kangkung, bayam, kacang panjang, kentang dan wortel. Peneliti membatasi pada beberapa jenis komoditas sayuran di atas dikarena jenis komoditas sayuran tersebut adalah

jenis sayuran yang paling dominan yang terdapat di pasar tradisional Pasar Tanjung dan Swalayan.

**Tabel 1.2. Produksi Sayuran (ton) di Jember dan Jawa Timur Tahun 2017**

Jenis Sayuran	Jember	Jawa Timur
Bawang Merah	4,99	306.316
Bawang Putih	0	653
Cabe Rawit	1.898,4	339.022
Sawi	81,56	61.264
Kubis	1.89,98	256.836
Tomat	86,91	66.759
Buncis	19,05	250.814
Kangkung	29,61	20.945
Bayam	29,26	7.867
Kacang Panjang	32,96	38.016
Kentang	0	241.180
Wortel	0	61.243
<b>Total</b>	<b>2.372,72</b>	<b>1.650.915</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Jatim dan Jember, 2017

Dari data pada Tabel 1.2 jumlah produksi bawang putih, kentang dan wortel pada tahun 2017 untuk kabupaten Jember di datangkan dari daerah lain di Jawa Timur. Dari data diatas produksi sayuran di kabupaten Jember diperoleh sebesar 2372,72 ton/tahun, sedangkan untuk Jawa Timur di peroleh sebesar 1.650.915 ton/tahun. Hasil-hasil produk sayuran umumnya dijual dipasar, dimana pasar itu sendiri terbagi atas 2 jenis yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

Kehadiran pasar modern sejak tahun 90-an menjadi alternatif bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Namun ketika terjadi krisis ekonomi pada tahun 1997 pasar modern sempat mengalami guncangan. Pada saat itu tindakan penjarahan dan pembakaran pusat perbelanjaan membuat bisnis ini tidak stabil, tetapi pada tahun yang sama pasar tradisional terbukti masih tetap bertahan di

tengah kondisi ekonomi yang tidak stabil, hingga beberapa tahun setelah krisis terjadi pasar modern mulai bangkit kembali.

Disamping pasar modern terdapat juga pasar tradisional yang sangat berbeda dengan pasar modern. Jika dilihat dari fisik pasar tradisional maka bangunan dan infrastruktur relatif tua. Pemeliharaan yang kurang menimbulkan kesan pasar tidak terawat, kumuh tidak nyaman dan aman. Meskipun demikian, tidak seluruh pasar tradisional memiliki kondisi fisik yang demikian, terdapat di antaranya yang masih rapih, bersih, dan aman, tetapi masih dengan pola pengelolaan yang tradisional (Fissamawati, 2009).

Ada sebagian konsumen lebih memilih pasar tradisional untuk membeli sayuran, hal ini dikarenakan pasar tradisional memiliki kelebihan, yaitu adanya interaksi sosial antara pedagang dan pembeli, produk-produk yang di jual masih segar dan kebanyakan pasar tradisional menampung berbagai macam jenis sayuran. Ada juga sebagian konsumen yang lebih memilih pasar modern untuk membeli sayuran segar, hal ini dikarenakan pasar modern memiliki kelebihan, yaitu rak penyimpan sayuran yang rapi, packgaking sayuran yang rapi dan kebersihan tempatnya.

Kondisi persaingan pasar yang semakin ketat mendorong para produsen dan pemasar bersaing untuk menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memasarkan produk yang dihasilkan dengan strategis pemasaran yang baik. Tujuannya, agar produsen tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan yang terpenting adalah memberikan kepuasan kepada para konsumen, sehingga diperlukan analisis perilaku konsumen sayuran di pasar tradisional. Menurut

Simamora (2004) perilaku konsumen sebagai suatu proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah perilaku konsumen dalam membeli sayuran dipasar wilayah kota Kabupaten Jember?
2. Bagaimanakah proses pengambilan keputusan dalam membeli sayuran diwilayah kota Kabupaten Jember?
3. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sayuran dipasar wilayah kota Kabupaten Jember?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengidentifikasi perilaku konsumen dalam membeli sayuran di pasar wilayah Kota Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui proses pengambilan keputusan dalam membeli sayuran di pasar wilayah Kota Kabupaten Jember.
3. Untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian sayuran di pasar wilayah Kota Kabupaten Jember.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Memberikan informasi dan masukan untuk penjualan sayuran bagi pedagang sayur-mayur, masyarakat, dinas pemerintah terkait serta pihak-pihak yang membutuhkan informasi ini.
2. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi peneliti lain dalam penelitian sejenis.
3. Sebagai sarana yang efektif dalam menambah wawasan dan pengetahuan serta kemampuan analisis kasus berdasarkan fakta yang ada bagi penulis.

