

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sayuran merupakan sebutan umum bagi bahan pangan asal tumbuhan yang biasanya mengandung kadar air tinggi dan dikonsumsi dalam keadaan segar atau setelah diolah secara minimal. Sayuran adalah komoditas yang sangat penting dalam pola makan sehat. Selain itu, sayuran juga banyak diminati oleh konsumen karena sayuran perlu dikonsumsi setiap hari oleh konsumen, untuk memelihara fungsi tubuh secara sehat. Sayuran yang dikonsumsi dengan cukup dapat membantu melindungi tubuh dari segala penyakit.

Menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BPPN, 2007), akibat asupan sayuran yang masih rendah diperkirakan menjadi penyebab 31% penyakit jantung dan 11% stroke. Dua juta nyawa dapat diselamatkan setiap tahun diseluruh dunia jika konsumsi sayuran dapat ditingkatkan. Jumlah konsumsi sayuran yang cukup akan memberikan asupan yang cukup bagi serat ke dalam tubuh sehingga dapat menyehatkan.

Tingkat konsumsi sayuran oleh masyarakat di Indonesia masih sangat rendah dibawah rekomendasi Food Agriculture Organization (FAO) 73 kg/kapita/tahun. Sehingga diperlukan upaya untuk mendorong peningkatan konsumsi sayuran lokal. Data Kementerian Pertanian menunjukkan bahwa rata-rata tingkat konsumsi sayuran penduduk Indonesia pada tahun 2005 sebesar 35,30 kg/kapita/tahun, sedangkan pada tahun 2006 tingkat konsumsi sayuran sebesar

34,06 kg/kapita/tahun. Pada tahun 2007 tingkat konsumsi sayuran mengalami peningkatan sebesar 40.90 kg/kapita/tahun. Pada tahun 2008 terjadi penurunan kembali yaitu 36.50 kg/kapita/tahun dan mengalami peningkatan yang cukup tinggi 2009-2010 yaitu 41.90 artinya tingkat konsumsi sayuran penduduk Indonesia masih rendah karena terjadi tidak kestabilan tingkat konsumsi sayuran dalam setiap tahun (Kementerian Pertanian 2011).

Pemenuhan kebutuhan konsumsi sayuran penduduk di Indonesia membutuhkan produktivitas dan kinerja pemasaran yang efektif. Konsumen menyukai produk sayuran dalam keadaan segar dan higienis, sedangkan sayuran memiliki sifat rentan terhadap kerusakan (mudah busuk). Sayuran biasanya didatangkan dari tempat lain yang jauh dari perkotaan yang harus segera mungkin dikonsumsi karena memiliki keterbatasan waktu sebelum busuk atau mengalami penurunan kualitas.

Produsen sayuran harus melakukan beberapa perlakuan dalam proses memproduksi sayuran agar resiko kerusakan produk tidak terlalu tinggi. Perlakuan yang harus diperhatikan agar produk sayuran tidak mudah rusak adalah dengan berhati-hati terhadap penanganan sayuran saat pemanenan, pengemasan, pengangkutan, dan penyimpanan sehingga sayuran mampu bertahan lebih lama serta produk memiliki kualitas yang tetap prima saat sampai di tangan konsumen. Adanya perlakuan tersebut tentunya meningkatkan nilai produksi dari produk sayuran karena membutuhkan keterampilan dan teknologi.

Seiring perkembangan waktu perekonomian dari penduduk Indonesia mengalami peningkatan. Menurut data BPS tahun 2011-2012 pertumbuhan

perekonomian yang berada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami peningkatan 0.15%. Perekonomian yang membaik pada tahun 2012 tersebut telah mendorong peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat. Kondisi tersebut berdampak pada konsumsi masyarakat. Sehingga masyarakat akan lebih selektif lagi memanfaatkan uang yang didapat untuk memilih barang-barang. Maka hal tersebut akan merubah cara pola berbelanja masyarakat (Badan Pusat Statistik 2015).

Salah satu tempat pemasaran produk sayuran segar yaitu di Pasar Modern atau yang sering dikenal dengan supermarket. Produk-produk yang dijual di Pasar Modern memiliki standar tertentu karena dilihat dari kualitas, kuantitas dan kontinuitas produk. Produk sayuran contohnya, setiap harinya harus mengalami pengecekan sebelum produk tersebut ditata di supermarket. Pasar Modern Superindo merupakan salah satu supermarket yang menjual produk sayuran. Pasar Modern Superindo sudah memiliki cabang di beberapa kota di Indonesia. Salah satunya di Kota Yogyakarta yang memiliki 8 cabang, salah satunya berada di Jl. HOS. Cokroaminoto RT 001 / RW 01, Tegalrejo.

Karakteristik sayuran yang dijual di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta berbeda dengan yang dijual di Pasar Tradisional. Beberapa jenis sayuran yang dijual di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta tidak dijual di tempat lain. Harga sayuran di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta cukup tinggi karena kualitas dari sayurannya terjamin. Selain itu, produk sayuran yang dijual bervariasi. Konsumen yang berbelanja di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta merupakan konsumen yang

memperhatikan kualitas produk, sehingga harga produk tidak menjadi permasalahan dalam pembelian. Selain itu, produk yang di jual di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta kebersihannya terjamin dan beberapa jenis sayuran tidak didapatkan di Pasar Tradisional. Maka dari itu diperlukan penelitian terhadap perilaku konsumen dalam pembelian sayuran segar di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta.

### **B. Perumusan Masalah**

1. Bagaimanakah karakteristik konsumen sayuran segar di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta?
2. Bagaimanakah motivasi konsumen dalam membeli sayuran segar di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta?
3. Bagaimanakah perilaku konsumen dalam membeli sayuran segar di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui karakteristik konsumen sayuran segar di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta
2. Mengetahui motivasi konsumen dalam membeli sayuran segar di pasar modern Superindo Godean Kota Yogyakarta
3. Mengetahui perilaku konsumen dalam membeli sayuran segar di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembaca.

Adapun manfaat tersebut antara lain:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Agribisnis, khususnya dalam hal menganalisis perilaku konsumen dalam membeli sayuran segar.
2. Bagi peneliti, untuk melatih kemampuan menganalisis masalah berdasarkan fakta dan data yang tersedia yang disesuaikan dengan pengetahuan yang diperoleh selama di bangku perkuliahan.
3. Bagi tempat penelitian, sebagai bahan informasi mengenai perilaku konsumen dalam pembelian sayuran segar.
4. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan penambah wawasan dan sebagai media informasi bagi masyarakat dalam membaca literatur berkenaan dengan masalah-masalah yang relevan dengan penelitian ini.