

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Empat sehat lima sempurna, tentunya sudah tak asing lagi bagi kita mendengarnya. Yaitu makanan pokok, lauk pauk, sayur, buah, dan susu. Terdapat sayur di dalamnya yang menandakan sayur merupakan komponen penting untuk mendapatkan kehidupan yang sehat. Sayuran yang dikonsumsi dengan cukup dapat membantu melindungi tubuh dari berbagai macam penyakit. Budidaya tanaman pekarangan merupakan fokus bidang pertanian hortikultura. Hortikultura mencakup berbagai jenis tanaman, seperti tanaman hias, buah-buahan, dan sayuran.

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya gaya hidup sehat telah membawa dampak yang positif terhadap pola konsumsi pangan, khususnya terkait dengan sayuran segar. Sayuran segar dikenal sebagai sumber nutrisi yang kaya akan vitamin, mineral, dan serat yang penting untuk mendukung kesehatan tubuh secara keseluruhan. Dalam konteks ini, pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumen dalam memilih dan membeli sayuran segar di pasar tradisional menjadi suatu aspek yang sangat krusial untuk dieksplorasi lebih lanjut. Melalui analisis yang cermat terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ini, kita dapat memahami preferensi konsumen, motivasi di balik pilihan mereka, serta bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas dan nilai gizi sayuran mempengaruhi perilaku belanja mereka. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperluas pengetahuan kita tentang dinamika pasar lokal, tetapi juga memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan dalam mendorong konsumsi sayuran segar di komunitas.

Pengeluaran penduduk Indonesia pada tahun 2022 sebagian besar adalah untuk konsumsi pangan yaitu sebesar 50,14 persen dengan konsumsi sayuran hanya 4,09 persen. Pada tahun 2023 pengeluaran untuk pangan menurun menjadi 48,99 persen dan 3,93 persen untuk konsumsi sayuran (BPS, 2023). Agar tubuh dapat mencapai pola makan yang sehat dan mencapai kadar vitamin C, mineral, dan serat yang direkomendasikan untuk kesehatan optimal, buah dan sayur harus dikonsumsi. Vitamin dan mineral tertentu yang terkandung dalam buah-buahan dan sayuran memiliki sifat antioksidan yang membantu menurunkan risiko penyakit tidak menular yang terkait dengan konsumsi berlebihan atau kekurangan gizi. Oleh sebab itu, mengonsumsi sayuran menjadi salah satu upaya untuk menjaga kesehatan. Konsumsi sayuran tertinggi di Indonesia pada tahun 2018-2022 adalah bayam dan yang sedikit dikonsumsi adalah cabai hijau. Pada Tabel 1 disajikan data rata-rata konsumsi sayuran per orang dalam seminggu di Indonesia tahun 2018-2022.

Provinsi Jambi memiliki sektor pertanian yang luas, dibuktikan dengan mayoritas penduduknya yang bekerja di bidang tersebut, mencapai 801.702 jiwa sebagai petani pada tahun 2021 menurut BPS. Produksi tanaman hortikultura, termasuk berbagai jenis sayuran, buah-buahan, dan tanaman hias, memainkan peran sentral dalam memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat setempat. Tanaman hortikultura tidak hanya menyediakan suplai pangan penting tetapi juga sumber daya nutrisi vital bagi kesehatan masyarakat. Dengan dukungan kondisi geografis dan iklim yang mendukung, serta kontribusi yang besar dari petani, Provinsi Jambi mampu menghasilkan berbagai jenis tanaman hortikultura dengan kualitas yang baik. Peran petani sebagai tulang punggung produksi ini tidak hanya penting untuk pasokan pangan lokal tetapi juga untuk menggerakkan ekonomi daerah. Dengan

kerjasama antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat, Provinsi Jambi dapat terus mengembangkan potensi pertaniannya dan meningkatkan kesejahteraan bersama.

Tabel 1 Rata-Rata Konsumsi Sayuran Perkapita Dalam Seminggu di Indonesia

Komoditi sayuran	Satuan	2018	2019	2020	2021	2022
Bawang merah	Ons	0,529	0,537	0,518	0,561	0,580
Bawang putih	Ons	0,330	0,346	0,320	0,359	0,387
Buncis	Kg	0,018	0,017	0,017	0,019	0,020
Bayam	Kg	0,063	0,065	0,064	0,064	0,068
Cabe merah	Kg	0,034	0,038	0,032	0,035	0,037
Cabe hijau	Kg	0,007	0,007	0,007	0,008	0,008
Cabe rawit	Kg	0,035	0,038	0,034	0,037	0,040
Kacang Panjang	Kg	0,045	0,044	0,044	0,043	0,044
Kentang	Kg	0,044	0,052	0,049	0,054	0,061
Kubis	Kg	0,0279	0,0287	0,0264	0,0290	0,0325
Kangkong	Kg	0,076	0,073	0,073	0,077	0,080
Mentimun	Kg	0,0379	0,0387	0,0420	0,0441	0,0424
Sawi	Kg	0,048	0,045	0,048	0,055	0,054
Tomat	Ons	0,047	0,045	0,045	0,048	0,048
Terong	Kg	0,051	0,054	0,054	0,050	0,055
Wortel	Kg	0,056	0,025	0,025	0,026	0,027

Sumber : pusat data dan sistem informasi pertanian sekretariat jenderal, kementerian pertanian tahun 2022

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, proporsi pengeluaran rumah tangga Indonesia untuk konsumsi sayuran hanya mencapai 3,93%, menurun dari 4,09% pada tahun sebelumnya. Data ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara kesadaran akan pentingnya sayuran dan praktik konsumsinya dalam kehidupan sehari-hari.

Hal ini juga tercermin dalam Tabel 1, yang menunjukkan rata-rata konsumsi sayuran per kapita dalam seminggu di Indonesia selama periode 2018 hingga 2022.

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa komoditas seperti bawang merah dan bayam merupakan jenis sayuran yang paling banyak dikonsumsi, dengan tren konsumsi yang relatif stabil atau sedikit meningkat dari tahun ke tahun. Sebaliknya, konsumsi komoditas lain seperti buncis dan cabai hijau menunjukkan angka yang jauh lebih rendah dan cenderung stagnan. Misalnya, konsumsi buncis hanya berkisar antara 0,017 hingga 0,020 kg per minggu per orang, sedangkan cabai hijau tetap pada kisaran 0,007 hingga 0,008 kg.

Tabel 2 Rata-Rata Konsumsi dan Pengeluaran Per Kapita Per Bulan Menurut Jenis Makanan di Provinsi Jambi Tahun 2022

No.	Jenis komoditas sayuran	Konsumsi		Pengeluaran (Rp)
		Volume	Satuan	
1	Bawang merah	0.28	Kg	7.123
2	Bawang putih	0.24	Kg	5.422
3	Bayam	0.39	Kg	2.003
4	Buncis	0.06	Kg	478
5	Cabai merah	0.20	Kg	5.120
6	Cabai Rawit	0.26	Kg	6.471
7	Daun ketela pohon	0.37	Kg	1.435
8	Kacang Panjang	0.40	Kg	2.420
9	Kangkung	0.38	Kg	1.881
10	Nangka muda	0.06	Kg	259
11	Sawi hijau	0.12	Kg	700
12	Tauge	0.07	Kg	651
13	Terong	0.46	Kg	2.083
14	Tomat	0.36	Kg	2.761
15	Sayur sop/capcay (paket)	0.47	Bungkus	1.201
16	Sayur asem/lodeh (paket)	0.46	Bungkus	1.111

Sumber : BPS 2022

Tabel 2 yang memuat data konsumsi dan pengeluaran per kapita per bulan di Provinsi Jambi tahun 2022 memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pola konsumsi masyarakat di daerah penelitian. Dari tabel tersebut, diketahui bahwa konsumsi bayam mencapai 0,39 kg per bulan per kapita, diikuti oleh kacang

panjang (0,40 kg), kangkung (0,38 kg), dan cabai rawit (0,26 kg). Komoditas seperti buncis, sawi hijau, dan tauge menunjukkan angka konsumsi yang lebih rendah.

Menariknya, dari sisi pengeluaran, komoditas dengan volume konsumsi sedang seperti cabai rawit dan bawang merah justru menempati urutan atas dalam jumlah pengeluaran, masing-masing sebesar Rp6.471 dan Rp7.123 per kapita per bulan. Ini menunjukkan bahwa harga jual komoditas juga mempengaruhi besar kecilnya pengeluaran konsumen, yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian. Meskipun data BPS menunjukkan bahwa tingkat konsumsi sayuran masyarakat Indonesia dan Provinsi Jambi masih tergolong rendah, belum diketahui secara pasti apakah rendahnya konsumsi tersebut berkaitan dengan preferensi pasar, persepsi konsumen terhadap kualitas sayuran, atau dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal konsumen. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang mengkaji perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Tujuan utama dari perilaku konsumen adalah untuk memahami “Mengapa konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan.” Studi perilaku konsumen menurut Schiffman dan Kanuk (2008) menganalisis bagaimana orang memilih untuk mengalokasikan sumber daya yang mereka miliki, termasuk waktu, uang, tenaga, dan energi. Studi ini menjadi lebih menantang karena adanya keberagaman konsumen, yang mencakup orang-orang dari berbagai kelompok umur, latar belakang etnis, latar belakang pendidikan, dan situasi sosial ekonomi yang berbeda. Oleh karena itu, karena pandangan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mereka untuk membeli barang atau jasa, maka penting untuk memahami perilaku konsumen.

Perilaku konsumen merupakan komponen krusial dalam pengembangan sistem agribisnis, khususnya dalam sektor hortikultura seperti sayuran segar. Agribisnis tidak hanya mencakup proses produksi di tingkat petani, tetapi juga mencakup distribusi, pemasaran, dan konsumsi. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian sayuran sangat diperlukan untuk menciptakan sistem agribisnis yang efisien dan berkelanjutan.

Konsumen menjadi ujung tombak dari rantai agribisnis. Preferensi mereka terhadap kualitas produk, harga, kesegaran, dan lokasi pembelian akan berdampak langsung terhadap permintaan pasar. Permintaan ini kemudian akan menentukan strategi produksi dan distribusi yang perlu disesuaikan oleh berbagai pihak yang terlibat dalam rantai pasok agribisnis. Misalnya, apabila konsumen lebih menyukai sayuran yang segar dan bervariasi, maka diperlukan sistem distribusi yang mampu mengalirkan produk dari petani ke pasar secara cepat dan tetap menjaga mutu produk.

Dengan demikian, penelitian tentang perilaku konsumen tidak hanya memberikan kontribusi dalam bidang pemasaran, tetapi juga menjadi dasar dalam perencanaan strategi agribisnis secara menyeluruh. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan efisiensi rantai pasok, mendukung keberlanjutan usaha pertanian, serta memperkuat daya saing produk hortikultura lokal di tengah dinamika pasar yang terus berkembang.

Sayuran tersedia untuk dibeli di pasar konvensional dan kontemporer di Kota Jambi. Pasar tradisional kini kesulitan mempertahankan usahanya karena pertumbuhan pasar modern yang sangat pesat. Sejumlah kekurangan dan

kekurangan terdapat di pasar tradisional, antara lain lingkungan yang tidak bersih dan tidak terawat serta kemasan produk yang tidak menarik (Yamato, 2011). Kota Jambi sebagai ibu kota mempunyai sejumlah pasar kekinian sehingga menyebabkan persaingan perdagangan semakin ketat. Hal ini memotivasi para pemasar untuk tetap kreatif guna mengembangkan perusahaannya secara berkelanjutan.

Pasar tradisional sebagai salah satu saluran utama dalam pemasaran produk pertanian menghadapi tantangan besar dari perkembangan pasar modern. Untuk tetap bertahan dan bersaing, pasar tradisional perlu memahami dan menyesuaikan diri dengan dinamika perilaku konsumen. Studi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian seperti faktor internal (pendidikan, pekerjaan, pendapatan), faktor eksternal (kebiasaan masyarakat, keluarga, lingkungan, dan lokasi), serta persepsi konsumen (kesegaran, harga, dan kelengkapan) dapat memberikan gambaran nyata dalam mengembangkan strategi produksi dan pemasaran yang tepat sasaran.

Kota Jambi memiliki 29 pasar tradisional terlihat pada lampiran 1 dimana 19 pasar di kelola oleh pemerintah dan sisanya yaitu 10 pasar di kelola oleh pihak swasta. Informasi ini mencerminkan struktur distribusi dan pengelolaan pasar tradisional di Kota Jambi, yang menunjukkan peran dominan pemerintah dalam mengelola infrastruktur pasar, sementara sektor swasta juga turut berkontribusi dalam menyediakan layanan pasar kepada masyarakat. Hal ini menunjukkan keragaman dalam kepemilikan dan pengelolaan pasar tradisional di kota tersebut, yang mungkin mempengaruhi keberagaman layanan dan kondisi pasar di berbagai wilayah.

Pasar tradisional memiliki jam operasional yang terbatas, sering kali hanya buka pada pagi dan siang hari. Hal ini dapat menjadi kendala bagi konsumen yang memiliki jadwal yang padat atau tidak dapat mengunjungi pasar selama jam-jam tersebut. Keterbatasan infrastruktur seperti pendingin udara, sistem keamanan modern, dan fasilitas parkir yang kurang memadai juga sering terjadi di pasar tradisional. Selain itu, variasi produk terkadang terbatas dan standar kualitas tidak selalu konsisten, berbeda dengan pasar modern yang menawarkan lebih banyak pilihan dan kualitas yang terjaga. Masalah kebersihan dan sanitasi yang kurang terjaga juga menjadi perhatian, mengingat pasar tradisional cenderung mengandalkan tenaga kerja manusia dalam proses operasionalnya. Secara keseluruhan, pasar tradisional harus beradaptasi dengan baik untuk tetap relevan di tengah persaingan dengan pasar modern yang menawarkan kemudahan dan inovasi dalam berbelanja. Salah satu contoh pasar tradisional yang khususnya menjual sayuran adalah Pasar Aurduri, Pasar Baru Talang Banjar, dan Pasar Simpang Pulai.

Perilaku konsumen mengacu pada bagaimana konsumen mencari, akan dibeli yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Permintaan membentuk perilaku konsumen, yang membentuk keputusan mengenai jenis sayuran yang dikonsumsi. Pelanggan memilih barang produksi pabrikan berdasarkan kebutuhan mereka. Sayuran segar dipilih oleh konsumen karena berbagai alasan, dan setiap keputusan konsumen untuk membeli barang tersebut dipengaruhi oleh keadaan yang unik.

Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk faktor eksternal seperti: kebiasaan masyarakat, lingkungan, keluarga, dan lokasi. Sementara itu, faktor internal yang turut memengaruhi perilaku konsumen

mencakup tingkat pendidikan, pekerjaan, dan tingkat pendapatan. Persepsi konsumen (kesegaran, harga, dan kelengkapan jenis sayuran) juga menjadi salah satu indikator dalam pengambilan keputusan konsumen. Dalam praktik pemasaran, memahami faktor-faktor apa yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen tetap menjadi tantangan. Oleh karena itu, pedagang atau petani perlu memahami bagaimana konsumen bertindak saat mereka memilih untuk membeli sayuran segar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari di pasar. Perilaku pembelian konsumen merupakan elemen krusial yang harus dipertimbangkan dalam strategi pemasaran untuk produk atau layanan apa pun.

Dari sudut pandang produsen, keberhasilan dalam memasarkan sayuran segar di pasar tradisional sangat ditentukan oleh kemampuan mereka dalam memenuhi permintaan konsumen, yang dipengaruhi oleh faktor kelengkapan jenis sayuran, harga, dan kesegaran produk. Ketiga faktor ini erat kaitannya dengan aspek supply atau pasokan dari produsen itu sendiri. Kelengkapan jenis sayuran yang tersedia di pasar mencerminkan keberhasilan produsen dalam menyediakan komoditas yang beragam sesuai kebutuhan konsumen. Semakin lengkap pasokan sayuran yang dapat disediakan, maka semakin tinggi pula daya tarik pasar tradisional sebagai tempat belanja. Selain itu, harga yang kompetitif sangat bergantung pada efisiensi produksi dan distribusi yang dilakukan produsen. Produsen yang mampu menekan biaya produksi dan menjaga stabilitas harga akan lebih mudah menarik minat konsumen, terutama di tengah kondisi ekonomi yang fluktuatif. Di sisi lain, kesegaran sayuran menjadi faktor krusial yang sangat dipengaruhi oleh kecepatan distribusi dan penanganan pascapanen. Sayuran yang segar memberikan kesan kualitas yang tinggi, sehingga mendorong konsumen

untuk terus memilih pasar tradisional sebagai sumber utama kebutuhan sehari-hari mereka. Dengan demikian, faktor-faktor ini tidak hanya mencerminkan preferensi konsumen, tetapi juga menggambarkan bagaimana peran produsen dalam menjaga pasokan dan kualitas sangat menentukan pola perilaku konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional.

Pedagang dan petani perlu mengetahui pasar mereka. Petani dan pedagang mungkin dapat menyesuaikan penawaran produk mereka agar lebih sesuai dengan permintaan pasar dengan bantuan pemahaman studi perilaku konsumen. Selain itu, dengan memahami perilaku pelanggan, pedagang dan petani dapat meningkatkan strategi pemasaran dan distribusi mereka yang mungkin dapat meningkatkan pendapatan mereka. Penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, seperti kesegaran dan kualitas sayuran, sehingga petani dan pedagang dapat meningkatkan standar produksinya dan meningkatkan kualitas produknya.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada topik tersebut karena gambaran tersebut dengan judul "Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Segar di Pasar Tradisional Kota Jambi ", perlu untuk dilakukan.

1.2 Perumusan Masalah

Ketersediaan beragam jenis produk sayuran di pasar tradisional memicu persaingan yang semakin sengit di antara pedagang, karena mereka berlomba-lomba menarik perhatian konsumen agar sayuran yang mereka jual laku di pasar. Oleh karena itu, penting bagi produsen dan pedagang untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang preferensi konsumen. Selain itu, ada berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian sayuran, karena konsumen memiliki kebebasan

untuk memilih sayuran sesuai dengan selera dan preferensinya. Keputusan ini berpotensi memengaruhi jumlah produk sayuran yang dibeli atau dikonsumsi oleh konsumen.

Konsumen merujuk pada individu yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Sumarwan (2003), perilaku konsumen mencakup segala kegiatan, tindakan, dan proses psikologis yang mendorong individu pada tahap sebelum membeli, selama pembelian, penggunaan, serta evaluasi produk atau jasa. Dengan demikian, berdasarkan konsep tersebut, menjadi menarik untuk mengkaji Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Sayuran di pasar tradisional kota Jambi.

Usia merupakan salah satu karakteristik penting yang memengaruhi preferensi konsumen. Konsumen dalam kelompok usia yang berbeda mungkin memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda pula. Misalnya, generasi muda cenderung lebih terbuka terhadap teknologi baru dan produk digital, sementara generasi yang lebih tua mungkin lebih memperhatikan kualitas dan harga produk. Pendidikan juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Tingkat pendidikan seseorang dapat memengaruhi cara mereka menilai informasi, membuat keputusan pembelian, dan memilih produk atau layanan tertentu. Konsumen dengan pendidikan tinggi mungkin lebih cenderung melakukan riset lebih mendalam sebelum membeli, sementara konsumen dengan pendidikan rendah mungkin lebih dipengaruhi oleh faktor emosional atau merek. Selain usia dan pendidikan, karakteristik konsumen lainnya meliputi faktor seperti status sosial-ekonomi, pekerjaan, gaya hidup, nilai-nilai budaya, dan pengalaman belanja sebelumnya. Memahami beragam karakteristik ini membantu perusahaan untuk

merancang strategi pemasaran yang lebih terarah dan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar yang beragam.

Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk faktor eksternal seperti: kebiasaan masyarakat, keluarga, lingkungan, lokasi. Sementara itu, faktor internal yang turut memengaruhi perilaku konsumen mencakup tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan pekerjaan. Dalam praktik pemasaran, memahami faktor-faktor apa yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen tetap menjadi tantangan. Oleh karena itu, pedagang perlu memahami bagaimana konsumen bertindak saat mereka memilih untuk membeli sayuran segar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari di pasar. Perilaku pembelian konsumen merupakan elemen krusial yang harus dipertimbangkan dalam strategi pemasaran untuk produk atau layanan apa pun.

Menurut uraian diatas maka dapat di rumuskan masalah penelitian:

1. Bagaimana karakteristik konsumen sayuran di pasar tradisional Kota Jambi?
2. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian sayuran segar di pasar tradisional Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui karakteristik konsumen sayuran di pasar tradisional Kota Jambi
2. Untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian sayuran segar di pasar tradisional Kota Jambi

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi tingkat sarjana pada fakultas pertanian universitas Jambi
2. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pihak yang berkepentingan dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai perilaku konsumen terhadap pembelian sayuran atau suatu barang.