



DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR

PROSIDING SEMINAR

Penelitian Unggulan Departemen Agribisnis

Bogor, 7 dan 14 Desember 2011



Editor :

Rita Nurmalina
Wahyu Budi Priatna
Siti Jahroh
Popong Nurhayati
Amzul Rifin

PROSIDING SEMINAR PENELITIAN UNGGULAN DEPARTEMEN AGRIBISNIS

Bogor, 7 dan 14 Desember 2011

EDITOR :

Rita Nurmalina
Wahyu Budi Priatna
Siti Jahroh
Popong Nurhayati
Amzul Rifin

**PROSIDING SEMINAR
PENELITIAN UNGGULAN DEPARTEMEN AGRIBISNIS**
Bogor, 7 dan 14 Desember 2011

TIM PENYUSUN

PENGARAH :

- Dr. Ir. Nunung Kusnadi, MS (Ketua Departemen Agribisnis)
- Dr. Ir. Dwi Rachmina, MS (Sekretaris Departemen Agribisnis)
- Dr. Ir. Anna Fariyanti, MS (Gugus Kendali Mutu FEM - IPB)

EDITOR :

- Ketua : Prof. Dr. Ir. Rita Nurmalina, MS
- Anggota : - Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si
- Dr. Siti Jahroh
- Ir. Popong Nurhayati, MM
- Dr. Amzul Rifin, SP., MA

TIM TEKNIS :

- Nia Rosiana, SP., M.Si

DESAIN DAN TATA LETAK :

- Hamid Jamaludin M., AMd

Diterbitkan Oleh :

DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR

Jl. Kamper Wing 4 Level 5 Kampus IPB Dramaga Bogor 16680

Telp/Fax : 0251-8629654

e-mail : depagribisnis@yahoo.com, dep-agribisnis@ipb.ac.id

Website : <http://agribisnis.fem.ipb.ac.id>

ISBN : 978-979-19423-9-3

KATA PENGANTAR

Salah satu tugas dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah kegiatan penelitian. Dalam rangka mendukung kegiatan penelitian bagi para dosen, Departemen Agribisnis telah melakukan kegiatan Penelitian Unggulan Departemen (PUD) yang dimulai sejak tahun 2011. Kegiatan tersebut bertujuan untuk memberikan motivasi bagi dosen Departemen Agribisnis untuk melakukan kegiatan penelitian sehingga dapat meningkatkan kompetensi di bidangnya masing-masing. Kegiatan PUD tersebut dimulai dari penilaian proposal yang akan didanai dan ditutup oleh kegiatan seminar. Selanjutnya untuk memaksimalkan manfaat dari kegiatan penelitian tersebut, hasil penelitian perlu didiseminasi dan digunakan oleh masyarakat luas. Salah satu cara untuk mendiseminasikan hasil-hasil penelitian tersebut adalah dengan menerbitkan prosiding ini.

Prosiding ini berhasil merangkum sebanyak 22 makalah PUD yang telah diseminarkan pada tanggal 7-14 Desember 2011. Secara umum makalah-makalah tersebut dapat dibagi menjadi tiga bidang kajian, yaitu kajian Bisnis (9 makalah), Kewirausahaan (6 makalah), dan Kebijakan (7 makalah). Bidang kajian tersebut sesuai dengan Bagian yang ada di Departemen Agribisnis, yaitu Bagian Bisnis dan Kewirausahaan dan Bagian Kebijakan Agribisnis. Dilihat dari metode analisis yang digunakan, makalah yang terangkum dalam prosiding ini sebagian besar menggunakan analisis kuantitatif. Pesatnya perkembangan teknologi komputasi dan ketersediaan software metode kuantitatif mendorong para peneliti untuk memilih metode analisis tersebut. Ke depan metode analisis kajian bidang Agribisnis perlu diimbangi dengan metode analisis kualitatif.

Kami mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Ir. Rita Nurmalina, MS sebagai ketua tim PUD dan sekaligus sebagai Editor Prosiding ini beserta tim lainnya. Besar harapan kami prosiding ini dapat digunakan dan bermanfaat bukan saja di lingkungan kampus tapi juga bagi masyarakat luas.

Bogor, 1 Februari 2012
Ketua Departemen Agribisnis FEM IPB

Dr.Ir. Nunung Kusnadi, MS

DAFTAR ISI

KAJIAN BISNIS

Risiko Harga Sayuran di Indonesia	1
Anna Fariyanti dan Lusi Fausia	
Analisis <i>Structure Conduct</i> dan <i>Performance</i> Industri Gula Indonesia.....	23
Amzul Rifin, Suharno, dan Rahmat Yanuar	
Analisa Usahatani Tebu Rakyat di Lampung	37
Ratna Winandi Asmarantaka, Lukman Mohammad Baga, Suprehatin, dan Maryono	
Analisis Efisiensi Teknis Usahatani Tebu di Jawa Timur	51
Netti Tinaprilla	
Efisiensi Produksi Padi Sehat dan Non Organik di Kabupaten Bogor	79
Anna Fariyanti, Nunung Kusnadi, Juniar Atmakusuma, dan Narni Farmayanti	
Aplikasi <i>Theory Of Planned Behavior</i> pada Analisis Perilaku Konsumen Beras Organik di Kota Bogor	97
Febriantina Dewi, dan Yusalina	
Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Hubungan Kemitraan Antara PT Saung Mirwan dengan Mitra Tani	117
Heny Kuswanti Daryanto, dan Yanti Nuraeni Muflikh	
Analisis Kelayakan Usaha Pembibitan dan Penggemukan Sapi Potong dalam Rangka Swasembada Daging Nasional.....	141
Juniar Atmakusuma, Tintin Sarianti, dan Anita Ristianingrum	
Usahatani Tebu dan Daya Saing Industri Gula Indonesia	159
Ratna Winandi Asmarantaka	

KAJIAN KEWIRAUSAHAAN

Analisis Perilaku Wirausaha Mahasiswa Institut Pertanian Bogor.....	179
Rachmat Pambudy, Burhanuddin, Wahyu Budi Priatna, dan Nia Rosiana	
Profil dan Peran Wirakoperasi dalam Pengembangan Agribisnis	197
Lukman Mohammad Baga	
Innovation Capacity and Entrepreneurial Orientation : Case Studies of Vegetable Farm Firms in West Java, Indonesia.....	215
Etriya, Victor Scholten, Emiel Wubben, and S.W.F. (Onno) Omta	
Analisis Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Wirausaha pada Unit Usaha Kecil Menengah (UKM) Agroindustri di Kabupaten Bogor.....	225
Popong Nurhayati, Tintin Sarianti, Heny Kuswanti Daryanto, dan Yanti Nuraeni Muflikh	

Analisis Karakteristik Wirausaha Petani Padi (Studi Kasus Petani Gapoktan Wangun Jaya, Cianjur)	257
Rachmat Pambudy, Wahyu Budi Priatna, Burhanuddin, Arif Karyadi Uswandi, dan Yeka Hendra Fatika	
Karakteristik dan Kinerja Wirausaha Wanita pada UKM Agroindustri Perikanan di Kabupaten Sukabumi	271
Popong Nurhayati	
KAJIAN KEBIJAKAN	
Pola <i>Spread</i> Harga Gabah dan Beras di Indonesia : Suatu Indikasi Efektivitas Perubahan Kelembagaan Bulog	287
Harianto dan Dina Lianita Sari	
Pengembangan Kualitas Padi Varietas Unggul Hibrida dengan Pendekatan <i>Quality Function Deployment (QFD)</i> di Jawa Barat	307
Rita Nurmalina, Harfiana, dan Agrivinie Rainy Firohmatillah	
Pembentukan Modal: Sumber Pertumbuhan Sektor Pertanian di Indonesia	331
Dwi Rachmina, dan Eva Yolynda Aviny	
Pengaruh Penerapan Bea Keluar <i>Crude Palm Oil (CPO)</i> Terhadap Ekspor dan Harga Domestik	351
Amzul Rifin	
Transmisi Harga Gula Tebu	369
Rita Nurmalina, Harmini dan Nia Rosiana	
Kajian Pembatasan Kredit (<i>Credit Rationing</i>) pada Usahatani Sayuran di Kecamatan Pangalengan Jawa Barat	395
Dwi Rachmina, Netti Tinaprilla, Eva Yolynda Aviny, Feryanto, dan Maryono	
Efektivitas Program Pengembangan Usaha Agribisnis Perdesaan (PUAP) dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Petani (Studi Kasus: Gapoktan Mandiri Jaya, Desa Cikarawang, Dramaga, Kabupaten Bogor).....	415
Feryanto	

APLIKASI THEORY OF PLANNED BEHAVIOR PADA ANALISIS PERILAKU KONSUMEN BERAS ORGANIK DI KOTA BOGOR

Oleh:

Febriantina Dewi¹⁾ dan Yusalina²⁾

^{1,2)}Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB

¹⁾febriantina@yahoo.com

ABSTRACT

The back to nature lifestyle encourages consumers healthy rice for their intake. This study aims to (1) analyze the attitude, intention and consumption of organic rice consumers, (2) analyze norms/social environment and constraints organic rice consumption, (3) analyze the key drivers or antecedents of behavior in consuming organic rice, and (4) analyze the attributes of the main products in shaping public evaluation and barriers to the consumption of organic rice. The research was conducted in Serambi Botani Stores and Yogja supermarkets Bogor Junction. 100 respondents are determined by convenience sampling method. This study used a modified Theory of Planned Behavior (TPB). The results showed that consumers Bogor have a high motivation and a positive attitude towards the consumption of organic rice. Organic rice consumed twice a week at home and several times a year outside. The quality, negative effects, and products compliance have a significant impact on attitudes, while the availability, suitability and value are major determinants of personal control over organic rice consumption. The costumer's doubts to the organic guarantee has a negative effect on attitudes, meanwhile the quality and appropriateness affect the attitudes and perceived control positively. Both organic rice cooking and preparation time organic rice were not found as an important indicator of attitudes and perceived control. The TPB addresses 17 in behavior and 39 percent of variance in intention to consume organic rice.

Keywords: *Consumer Behavior, Organic Rice, Theory of Planned Behavior (TPB)*

ABSTRAK

Gaya hidup *back to nature* mendorong konsumen mulai memilih beras yang sehat untuk asupan tubuhnya. Salah satunya adalah mengkonsumsi beras organik. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis sikap, niat konsumen dan konsumsi beras organik, (2) Menganalisis norma/lingkungan sosial dan kendala terhadap konsumsi beras organik, (3) Menganalisis faktor pendorong utama atau anteseden perilaku dalam mengkonsumsi beras organik, dan (4) Menganalisis atribut-atribut produk yang utama dalam membentuk evaluasi umum (sikap) dan penghambat terhadap konsumsi beras organik. Lokasi penelitian di Toko Serambi Botani dan pasar swalayan Yogja Bogor Junction. Responden sebanyak 100 orang ditentukan berdasarkan metode *convenience sampling*. Penelitian ini menggunakan modifikasi dari *Theory Planned of Behavior* (TPB). Hasil penelitian menunjukkan konsumen di Kota Bogor memiliki motivasi tinggi dan sikap positif terhadap konsumsi beras organik, mengkonsumsi beras organik dua kali seminggu di rumah dan beberapa kali setahun di luar rumah. Kualitas, efek negatif, dan kesesuaian memiliki dampak yang signifikan pada sikap, sementara ketersediaan, kesesuaian dan nilai merupakan penentu utama dari kendali pribadi terhadap konsumsi beras organik. Selain keraguan terhadap klaim 'organik' memiliki efek negatif pada sikap, atribut kualitas dan kesesuaian memiliki dampak positif pada sikap dan kontrol yang dirasakan. Waktu yang dialokasikan untuk memasak dan mempersiapkan beras organik tidak ditemukan sebagai

indikator penting dari sikap serta kontrol yang dirasakan. Model TPB menjelaskan 17 persen varian dari perilaku dan 39 persen varian dari niat mengkonsumsi beras organik.

Kata Kunci: beras organik, perilaku konsumen, *theory of planned behavior* (TPB)

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Beras merupakan komoditas penting bagi Indonesia karena merupakan sumber pangan utama bagi penduduk Indonesia. Jumlah penduduk Indonesia yang terus meningkat, yaitu berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2010) berjumlah 237.556.363 jiwa, maka kebutuhan beras pun semakin meningkat dan pemerintah harus menjamin ketersediaannya sehingga ketahanan pangan nasional dapat terwujud.

Permasalahan beras merupakan masalah yang harus ditangani secara serius, karena produksi beras nasional tidak mampu memenuhi peningkatan kebutuhan masyarakat, sehingga Indonesia harus melakukan impor beras. Pemerintah telah melakukan langkah-langkah untuk meningkatkan produktifitas padi yaitu melalui intensifikasi dan ekstensifikasi pertanian terutama di luar Jawa. Namun, program intensifikasi pertanian yang dilakukan di masa lalu untuk meningkatkan produksi padi melalui program panca usahatani telah menyebabkan penurunan kesuburan lahan yang diakibatkan oleh penggunaan pupuk kimia sehingga produktivitas lahan semakin menurun. Akibatnya tanah membutuhkan lebih banyak pupuk untuk mempertahankan produktivitasnya. Sementara harga pupuk semakin mahal, sedangkan harga gabah tetap rendah sehingga kesejahteraan petani semakin menurun.

Permasalahan lain dari program intensifikasi adalah hasil pertanian yang tidak sehat untuk dikonsumsi karena adanya residu bahan kimia dari pupuk dan pestisida yang berbahaya bagi kesehatan manusia. Dampak bagi konsumen dari residu bahan-bahan kimia dari pupuk dan pestisida adalah mengakibatkan penyakit seperti kanker, gangguan syaraf dan penurunan ketahanan tubuh (Sugito *et al.*, 1995 *diacu dalam* Januar, 2006).

Adanya dampak negatif dari pertanian konvensional di atas, maka sistem pertanian saat ini diarahkan ke pertanian organik yaitu sistem pertanian yang secara ekologi ramah lingkungan dan berkelanjutan. Sistem pertanian organik atau pangan organik adalah memproduksi pangan tanpa pupuk kimia dan pestisida. Dengan demikian, produknya aman untuk dikonsumsi sekaligus dapat mempertahankan dan meningkatkan kesuburan lahan, sehingga dapat menyediakan pangan bagi penduduk, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Kebijakan pemerintah untuk mengembangkan pertanian organik diantaranya dengan dicanangkannya program pemerintah “*Go Organic 2010*”. Di sisi lain, dengan semakin meningkatnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang kesehatan, maka permintaan terhadap produk pertanian organik semakin meningkat. Data tentang beras organik menunjukkan bahwa permintaan terhadap produksi beras organik menunjukkan

peningkatan. Pada tahun 2005, pasar beras organik mencapai Rp 28 milyar dengan volume produksi beras organik hampir 11 juta ton dan tumbuh sekitar 22 persen per tahun¹.

Akan tetapi, meskipun permintaan beras organik semakin meningkat namun pengembangan beras organik masih menghadapi beberapa kendala, baik dari sisi petani sebagai produsen maupun dari sisi masyarakat sebagai konsumen. Berdasarkan sisi petani, masih banyak petani yang belum menerapkan sistem pertanian organik. Hal ini ditunjukkan oleh sebagian besar petani di Propinsi Jawa Barat yang masih cenderung memilih tanaman padi konvensional dibandingkan memproduksi beras organik². Hal ini ditunjukkan pula oleh petani di Propinsi Jawa Tengah, bahkan Jaringan Petani Organik (JPO) yang bergerak dibidang pertanian organik mengalami kesulitan mengajak petani untuk beralih ke pertanian organik. Pada tahun 2009, sebanyak 16 kabupaten dan kota yang membentuk JPO dari target 35 kabupaten dan kota di Jawa Tengah. Pemasaran beras organik yang dilakukan JPO berjalan lancar dimana JPO membantu menjualkan bagi petani yang belum bisa memasarkan beras organik³.

Di sisi konsumen, pemahaman yang keliru tentang beras organik masih banyak terjadi di masyarakat. Pemahaman yang tidak tepat dapat membingungkan masyarakat dan menyebabkan pembentukan sikap yang keliru terhadap beras organik, apalagi harga beras organik cenderung lebih mahal daripada beras non organik. Harga beras organik berkisar antara Rp 11.000/kg – Rp 17.000/kg, bandingkan dengan harga beras biasa yang berkisar antara Rp 7.000/kg – Rp 8000/kg. Selama ini ada kesan yang dimaksud beras organik adalah beras yang diproduksi seperti beras non organik dengan mencampurkan pupuk kimia dan pupuk organik, padahal beras organik harus melalui proses penanganan yang benar yaitu mulai dari pemilihan lahan, benih, pemupukan dan pengobatan. Hal ini dikuatkan oleh hasil penelitian Paramitha (2010), yang menyatakan bahwa atribut harga dan keamanan pangan produk organik belum ideal sesuai keinginan konsumen. Sebagaimana dikemukakan oleh Kepala Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan Departemen Pertanian, terdapat berbagai pemahaman di masyarakat tentang beras organik. Pemahaman terhadap beras organik di negara-negara maju di Eropa bahkan lebih ketat. Konsumen menginginkan beras yang benar-benar bebas dari residu pestisida, karena konsumen menghendaki kualitasnya terjamin, misalnya tentang lahan, berapa lama proses pencucian lahan dari residu pestisida sehingga layak untuk budidaya tanaman padi organik. Persyaratan yang diminta juga suplai air harus bebas dari residu pestisida, benih, pupuk dan obat. ⁴

¹ Pasar Beras Organik Mencapai Rp 28 Milyar. Newsletter Edis i2/Th.1 (Juli-Agustus 2006).
<http://www.biocert.or.id>

² Ekspor beras organik Jabar prospektif. <http://bataviase.co.id/node/597538> [11 Maret 2011]

³ Dukung Go Organik 2010, JPO targetkan rangkul semua kabupaten/kota di Jateng. <http://www.solopos.com>
[9 November 2009]

⁴ Beras Organik Belum Diminati Banyak Petani. <http://regional.kompas.com> [14 April 2009]

Kendala lainnya yaitu masih banyak masyarakat yang kurang percaya terhadap kemurnian beras organik karena belum adanya sertifikasi pada produk pertanian organik. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan konsumen tentang beras organik tersebut. Pada kenyataannya, untuk mendapatkan sertifikasi/label SNI organik di Indonesia bukan hal yang mudah karena untuk mendapatkan label organik harus dilakukan serangkaian kegiatan sertifikasi organik oleh lembaga sertifikasi produk pangan organik yang kredibel. Dalam rangka upaya untuk pengembangan pertanian organik di Indonesia menuju sertifikasi produk organik, Pusat Standardisasi dan Akreditasi Departemen Pertanian telah mengeluarkan sertifikasi label BIRU (produk non pestisida), KUNING (posisi transisi organik), HIJAU (setara produk SNI organik) dan *ORGANICALLY GROWN* (produk pertanian yang tumbuh secara organik dengan sendirinya).

Berdasarkan kendala di atas, maka perlu dikaji baik dari sisi petani sebagai produsen maupun konsumen sebagai pembeli dari beras organik. Kajian dari sisi petani, perlu dilakukan untuk mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi petani dan upaya untuk mendorong petani menerapkan sistem pertanian organik. Dengan demikian, petani dapat menghasilkan produk dengan biaya produksi dari penggunaan pupuk kimia dan pestisida yang dapat ditekan, sehingga keuntungan diharapkan dapat meningkat. Kualitas beras yang baik diharapkan akan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Selanjutnya, dengan kualitas yang baik dan produksi beras organik yang meningkat, maka harga beras organik diharapkan dapat terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat dan dapat menjamin keamanan pangan bagi seluruh masyarakat.

Selain kajian dari sisi petani, pengembangan produksi beras organik dimasa yang akan datang memerlukan kajian dari sisi konsumen, karena keberhasilan produksi sangat ditentukan oleh aspek pemasarannya. Beberapa studi telah dilakukan untuk mengkaji perilaku konsumen organik. Penelitian Surono (2007) menemukan bahwa tingkat kesadaran konsumen terhadap produk organik relatif masih rendah. Rendahnya tingkat kesadaran ini disebabkan karena terbatasnya kegiatan kampanye serta edukasi konsumen tentang produk pertanian organik. Hal ini menyebabkan terbatasnya permintaan produk organik. Studi tersebut juga mengungkapkan bahwa konsumen produk organik tersegmentasi pada konsumen yang berpendapatan menengah atas.

Selain studi yang mengkaji perilaku konsumen produk organik di Indonesia secara umum, telah dilakukan studi yang secara spesifik membahas perilaku konsumen beras organik. Studi tersebut antara lain mengkaji karakteristik konsumen beras organik, atribut-atribut yang dianggap penting dalam pembelian beras organik, serta sikap konsumen terhadap atribut-atribut beras organik dibandingkan dengan beras anorganik. Konsumen akan memilih produk yang mengandung atribut-atribut yang sesuai dengan yang dibutuhkannya. Penilaian konsumen terhadap atribut produk tergantung dari pengetahuannya akan informasi tentang fungsi sebenarnya dari atribut

tersebut, dengan demikian niat beli konsumen terhadap suatu produk secara tidak langsung dipengaruhi oleh pengetahuannya akan informasi suatu produk (Kotler, 2002).

Studi yang dilakukan di Jakarta, Surakarta dan Kabupaten Bogor menunjukkan hasil analisis sikap konsumen terhadap beras organik lebih positif atau lebih disukai bila dibandingkan dengan beras anorganik (Hartari, 2005; Sahertian, 2010; Paramita, 2010; dan Sinaga, 2010). Motivasi yang mendominasi keputusan pembelian beras organik adalah kesesuaian dengan selera anggota keluarga (Hartari, 2005). Namun sampai sejauh ini studi-studi tersebut belum menjelaskan bagaimana keterkaitan antara sikap konsumen dengan niat membeli beras organik.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) terbentuknya sikap konsumen akan membentuk niat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan, dalam hal ini pembelian beras organik. Dengan demikian, perilaku pembelian beras organik secara tidak langsung dapat diprediksi melalui niat perilaku atau niat membeli beras organik. Psikologi modern menganggap niat sebagai sumber komitmen (Gollwitzer, 1993), di mana niat membentuk dan memainkan fungsi upaya untuk mewujudkan keinginan individu. Fakta inilah yang menimbulkan ketertarikan untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi niat membeli beras organik. Berdasarkan pengetahuan tentang faktor-faktor tersebut maka pihak *stakeholder* yang berkepentingan terhadap pengembangan industri beras organik, seperti produsen dan pemerintah, dapat mendorong niat konsumen terhadap beras organik yang pada akhirnya melakukan pembelian terhadap beras organik. Hal ini penting dilakukan karena kesuksesan industri organik bergantung pada kemampuan untuk memobilisasi konsumen untuk menerima makanan organik (Lea dan Worsley, 2005).

Kota Bogor merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang memiliki potensi untuk pengembangan dan pemasaran beras organik. Kota Bogor dikenal sebagai kota penyangga dimana sebagian masyarakat Bogor umumnya tinggal di Bogor tetapi bekerja di Jakarta. Dengan demikian, masyarakat tersebut akan membawa trend gaya hidup yang berkembang di Jakarta sebagai pusat kota dimana banyak komunitas ekspatriat yang membeli produk organik secara regular, selain berkembangnya gaya hidup *back to nature* atau mengusung tema kembali ke alam, termasuk didalamnya adalah mengkonsumsi makanan organik, salah satunya beras organik sebagai upaya untuk menjaga kesehatan. Saat ini, beras organik dapat dibeli diberbagai swalayan ataupun toko-toko khusus yang menjual produk organik.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan beberapa studi tentang perilaku konsumen terhadap konsumsi makanan, umumnya perilaku konsumsi makanan secara signifikan ditentukan oleh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan individu terhadap produk. Kualitas, gizi, kesehatan, persepsi negatif, kenyamanan, ketersediaan, dan harga makanan organik adalah atribut utama yang menentukan konsumsi. Namun, kesimpulan ini terutama datang dari studi-studi yang dilakukan di negara maju dan budaya barat, sementara preferensi konsumen dan pilihan makanan bervariasi pada berbagai situasi dan budaya yang berbeda (Furst *et al.*, 1996; Sheppherd, 1989).

Berdasarkan situasi dan budaya di negara barat yang berbeda dengan kondisi di Kota Bogor, maka diduga konsumen beras organik di Kota Bogor tentunya memiliki perilaku yang berbeda dalam mengkonsumsi beras organik. Penelitian ini adalah salah satu upaya pertama untuk mempelajari sikap, motivasi, dan konsumsi beras organik di Kota Bogor. Oleh karena itu, perumusan masalah yang harus dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sikap, niat konsumen dan konsumsi beras organik di Kota Bogor?
2. Bagaimana peran norma/lingkungan sosial dan kendala terhadap konsumsi beras organik di Kota Bogor?
3. Apa faktor pendorong utama atau anteseden perilaku konsumsi beras organik di Kota Bogor?
4. Manakah atribut-atribut produk yang utama dalam membentuk evaluasi umum (sikap) dan penghambat terhadap konsumsi beras organik di Kota Bogor?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan:

1. Menganalisis sikap, niat konsumen dan konsumsi beras organik di Kota Bogor
2. Menganalisis norma/ lingkungan sosial dan kendala terhadap konsumsi beras organik di Kota Bogor
3. Menganalisis faktor pendorong utama atau anteseden perilaku dalam mengkonsumsi beras organik di Kota Bogor
4. Menganalisis atribut-atribut produk yang utama dalam membentuk evaluasi umum (sikap) dan penghambat terhadap konsumsi beras organik di Kota Bogor.

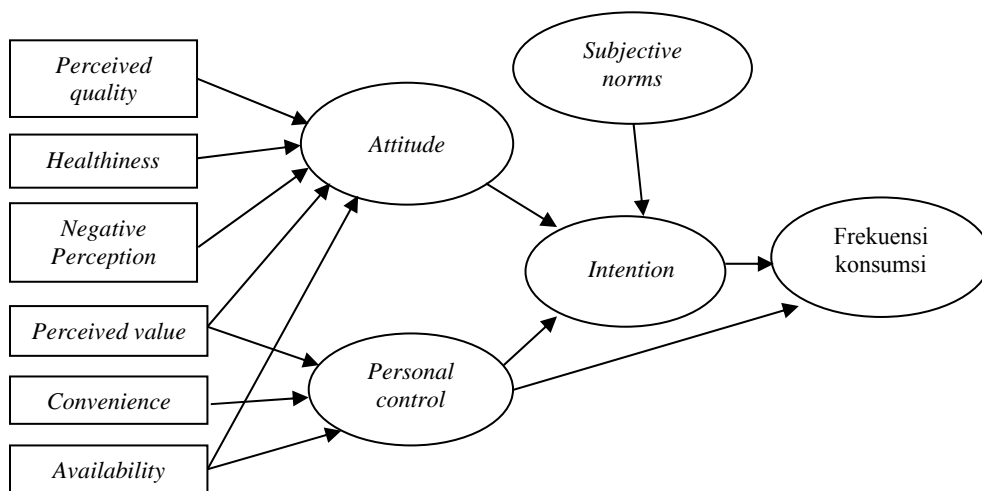
Dua tujuan pertama berkaitan dengan isu-isu analisis deskriptif dan faktor untuk menyelidiki pola komponen umum dalam TPB dan keyakinan atribut produk yang dianggap penting bagi perilaku dan prediktor nya. Adapun dua tujuan terakhir untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara komponen dikonsepsi oleh TPB.

II. KERANGKA PEMIKIRAN

Teori Perilaku yang Direncanakan (TPB) merupakan salah satu model yang sering diterapkan dalam banyak bidang seperti perilaku kesehatan, perilaku konsumen, riset pemasaran, psikologi sosial dan perilaku konsumsi makanan. Banyak bukti dari meta-analisis dukungan TPB dapat menjelaskan dan memprediksi niat dan perilaku (Ajzen, 1991; Sutton, 1998; Conner dan Armitage, 1998; Armitage dan Conner, 2001). Sutton (1998) menunjukkan bahwa model menjelaskan rata-rata 40 - 50 persen dari varians dalam niat, dan antara 19 – 38 persen dari varians dalam perilaku. Dalam penelitian makanan dan makanan organik, model menjelaskan sekitar 40 persen dari varians perilaku dan 52-63 persen dari niat (Shepherd dan Raats, 1996).

Penelitian ini menggunakan modifikasi dari TPB, sebagai kerangka konseptual untuk menguji hubungan kausal seperti yang disajikan pada Gambar 1. Dua model kausal berkaitan dengan model TPB, yaitu (1) model dasar, dimana hal ini diperkirakan sama dengan TPB awal, dan (2) model atribut keyakinan, yaitu menyelidiki lebih lanjut penentu sikap dan kendali pribadi pada konsumsi beras organik. Dalam pengujian model dasar, diasumsikan bahwa semua hubungan dalam TPB signifikan positif. Asumsi ini diperoleh dari hasil penelitian empiris (Ajzen, 1991; Fishbein dan Ajzen, 2005). Lebih khusus, hubungan yang diharapkan adalah:

1. Konsumsi beras organik adalah signifikan ditentukan oleh niat (*intention*) dan kontrol pribadi (*personal control*)
2. Niat (*intention*) secara signifikan ditentukan oleh sikap (*attitude*), norma subyektif (*subjective norms*), dan kendali pribadi (*personal control*).
Selanjutnya adalah pengujian model atribut keyakinan. Pengujian model atribut keyakinan, mencoba menyelidiki (1) apakah ada hubungan yang signifikan antara beberapa keyakinan (atribut produk), sikap umum dan kendali pribadi, (2) apa valensi dari hubungan ini, dan (3) atribut mana yang paling penting?
3. Keyakinan tentang kualitas (*perceived quality*), persepsi negatif (*negative perception*), keyakinan tentang nilai (*perceived value*), *healthiness*, kenyamanan (*convenience*) dan ketersediaan (*availability*) secara signifikan berdampak pada sikap umum (*attitude*)
4. Keyakinan tentang nilai (*perceived value*), kenyamanan (*convenience*) dan ketersediaan (*availability*) secara signifikan berdampak pada kendali pribadi (*personal control*).



Sumber : Ajzen, 1991; Armitage dan Conner 2001; Ajzen dan Fishbein, 2005

Gambar 1. Kerangka Konseptual Aplikasi *Theory Planned Behavior* pada Analisis Perilaku Konsumen Beras Organik di Kota Bogor

III. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan pada Toko Serambi Botani dan pasar swalayan Yogja Bogor Junction. Waktu pengumpulan data pada pertengahan bulan Mei - Juli 2011. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui survey serta wawancara yang didasarkan pada daftar pertanyaan atau kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya terhadap konsumen yang sedang berbelanja di toko tersebut. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, diantaranya publikasi umum dari Badan Pusat Statistik (BPS), laporan institusi dan individu terpublikasi serta jurnal-jurnal penelitian baik lokal maupun internasional .

Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling*. Metode ini dipilih karena kerangka sampling tidak tersedia. Penentuan responden menggunakan metode *convenience sampling*, dimana jumlah responden adalah sebanyak 100 orang. Kriteria responden yaitu (1) sedang berbelanja di salah satu swalayan yang telah ditentukan, (2) telah pernah mengkonsumsi beras organik (tidak dibatasi kapan waktu terakhir mengkonsumsinya), (3) bersedia diwawancarai, dan (4) berusia minimal 17 tahun.

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian pertama dan kedua, yaitu metode analisis deskriptif, uji reliabilitas, dan analisis faktor, dimana pengolahannya dengan menggunakan SPSS 15.0. Adapun untuk menjawab tujuan penelitian ketiga dan keempat menggunakan *Structural Equation Model (SEM)* yang diolah dengan menggunakan Lisrel.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Keadaan Umum Kota Bogor

Secara geografis, lokasi Kota Bogor sangat dekat dengan ibukota negara. Hal ini merupakan potensi yang strategis bagi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi dan jasa, pusat kegiatan nasional untuk industri, perdagangan, transportasi, komunikasi, dan pariwisata. Kota Bogor sebagai salah satu bagian dari propinsi Jawa Barat merupakan penyangga ibu kota negara yang memiliki aset wisata ilmiah yang bersifat Internasional (Kebun Raya).

Kota Bogor berpenduduk 820.707 jiwa dengan komposisi 419.252 Laki-laki dan perempuan 401.455 jiwa, memiliki visi sebagai “Kota Jasa Yang Nyaman Dengan Masyarakat Madani Dan Pemerintahan Amanah”. Visi tersebut didukung dengan misi untuk (1) mengembangkan perekonomian masyarakat dengan titik berat pada jasa yang mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang ada, (2) mewujudkan kota yang bersih, indah, tertib dan aman dengan sarana dan prasarana perkotaan yang memadai dan berwawasan lingkungan, (3) meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang beriman dan berketerampilan, dan (4) mewujudkan pemerintahan kota yang efektif dan efisien serta menjunjung tinggi supremasi hukum.

Pemerintah Kota Bogor berupaya untuk mewujudkan visi dan misi tersebut dengan menyediakan berbagai fasilitas. Salah satu fasilitas yang berkembang di Kota Bogor adalah berdirinya pusat-pusat perbelanjaan yang ramai dikunjungi oleh masyarakat baik masyarakat Kota Bogor maupun dari luar kota Bogor. Saat ini di Bogor telah berdiri beberapa pusat perbelanjaan, antara lain Botani Square, Ekalokasari Plaza, Bogor Trade Mall, Bogor Junction, Plaza Jambu Dua, Taman Topi Square dan Matahari Department Store, Plaza Jembatan Merah, Plaza Bogor Sukasari, Giant Taman Yasmin, dan Hero dan Gramedia Pajajaran. Pusat perbelanjaan tersebut menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan primer atau sekunder, termasuk menjual beras organik.

4.2. Karakteristik Responden

Penelitian ini menunjukkan responden yang paling banyak melakukan pembelian terhadap beras organik adalah wanita (80%). Hal ini dikarenakan wanita lebih dominan dalam mengurus keperluan serta kebutuhan rumah tangga. Selain itu, istri juga biasanya memiliki wewenang untuk memutuskan produk dan merek apa yang dibeli untuk keluarganya ataupun untuk dirinya sendiri. Jenis pekerjaan responden didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa (47%), sedangkan ibu rumah tangga dan PNS memiliki prosentase yang sama, yaitu 15 persen. Tingginya jumlah mahasiswa diduga karena letak Serambi Botani yang berdekatan dengan kampus IPB.

Konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda. Perbedaan usia juga akan mengakibatkan perbedaan selera dan kesukaan terhadap konsumsi beras organik. Responden yang paling banyak mengkonsumsi

beras organik terdapat di kelompok umur 18-22 tahun (47%), sedangkan responden yang paling sedikit di kelompok umur 28-32 tahun (7,5%). Tingginya prosentasi usia 18-22 hal ini sejalan dengan karakteristik pekerjaan, dimana berdasarkan karakteristik pekerjaan jumlah terbanyak adalah mahasiswa. Usia 18-22 tahun adalah rentang usia mahasiswa.

Berdasarkan statusnya, responden yang paling banyak melakukan pembelian terhadap beras organik adalah yang memiliki status belum menikah (62%), sedangkan responden yang sudah menikah sebanyak 38 persen. Berdasarkan 38 persen responden dengan status sudah menikah, hanya 37 persen yang telah memiliki balita sedangkan 63 persen belum memiliki balita. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya merupakan keluarga muda yang belum memiliki anak.

Jumlah anggota keluarga dikelompokkan menjadi tiga yaitu jumlah anggota keluarga 1-2 orang, 3-4 orang, dan > 5 orang. Hasil penelitian menunjukkan responden yang terbanyak memiliki jumlah anggota keluarga 3-4 orang (52%). Anggota keluarga yang dimaksud adalah seseorang yang menjadi keluarga inti dan orang lain yang tinggal serumah, namun biaya hidupnya ditanggung oleh responden. Namun, dengan jumlah anggota keluarga yang hanya terdiri dari 3-4 orang tersebut, hal ini menunjukkan bahwa responden merupakan keluarga inti karena hanya terdiri dari suami istri dengan satu atau dua orang anak.

Rata-rata pengeluaran konsumen terbesar untuk konsumsi antara Rp 500.000 - Rp 900.000 (39%). Rata-rata pengeluaran ini sebenarnya tidak sejalan dengan harga beras organik yang berkisar antara Rp 11.000 - Rp 17.000/kg. Apabila dihubungkan dengan pekerjaan responden sebagai mahasiswa, maka harga tersebut tentunya relatif mahal bila dibandingkan dengan harga beras biasa non organik yang berkisar Rp 7000 - Rp 9.000/kg. Berdasarkan waktu terakhir mengkonsumsi beras organik menunjukkan, konsumen yang mengkonsumsi beras organik dilakukan tiga bulan yang lalu. Dengan demikian, responden umumnya tidak mengkonsumsi beras organik secara rutin.

4.3. Perilaku dan Niat Mengonsumsi Beras Organik

Kota Bogor memiliki potensi besar dalam pengembangan beras organik. Penelitian Sinaga (2009) menunjukkan terdapat trend peningkatan permintaan beras organik, terutama dalam waktu lima tahun terakhir. Namun demikian, konsumsi beras organik di Kota Bogor relatif masih jarang terjadi. Responden di Kota Bogor menyatakan bahwa rata-rata mereka mengkonsumsi beras organik di rumah hanya satu kali seminggu. Bila dilihat dari kebiasaan makan masyarakat Indonesia secara umum dimana nasi merupakan makanan pokok, frekuensi mengkonsumsi satu kali seminggu relatif kecil. Namun, apabila dilihat dari produk pertanian organik, jumlah frekuensi ini memberikan prospek yang sangat baik untuk pengembangan beras organik yang berkelanjutan dimasa yang akan datang.

Sementara itu, frekuensi mengkonsumsi beras organik di luar rumah jauh lebih rendah yaitu hanya beberapa kali setahun saat di luar rumah. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa restoran yang menyediakan nasi dari beras organik di Kota Bogor relatif masih jarang, berbeda halnya dengan kota besar seperti Jakarta. Hasil pengamatan menunjukkan hanya ada satu restoran besar yaitu *Kentucky Fried Chicken* yang saat ini telah memberikan pilihan nasi dari beras organik kepada konsumen.

Dalam TPB niat didefinisikan sebagai motivasi terhadap perilaku tertentu (misalnya konsumsi beras organik). Tiga item yang digunakan untuk mengukur konstruk niat muncul sebagai konvergensi internal yang baik. *Cronbach alpha* diatas nilai rata-rata (0,81) dari penelitian sosial sebelumnya dan nilai loading faktor yang tinggi menunjukkan bahwa item tersebut cocok untuk menggambarkan konstruk.

Penelitian ini menegaskan bahwa niat adalah prediktor yang signifikan dari perilaku seperti yang diusulkan oleh TPB, dan korelasi antara niat dan frekuensi konsumsi (perilaku) adalah signifikan tinggi (0,67). Namun, peran mediator dari niat menjadi tidak signifikan ketika sikap dan norma subjektif dianggap sebagai faktor langsung dari penentu perilaku. Hasil ini dapat dijelaskan oleh dua alasan. Alasan pertama kemungkinan berasal dari pengukuran niat. Frekuensi konsumsi beras organik di rumah sebanyak satu kali seminggu, dilain pihak item pengukuran niat dirancang untuk mengukur niat mengkonsumsi beras organik dalam interval waktu tiga hari berikutnya. Waktu interval tersebut tampaknya terlalu singkat dan tidak kompatibel dengan frekuensi perilaku. Akibatnya, responden menyatakan bahwa niat mereka dalam mengkonsumsi beras organik dalam tiga hari adalah 'cukup mungkin' dan jauh lebih rendah dari skor sikap dan norma. Oleh karena penelitian ini merupakan penelitian awal, maka peneliti diusulkan menambah interval waktu untuk pengukuran niat.

Alasan kedua untuk skor niat yang rendah akibat efek langsung dari sikap dan norma subjektif pada perilaku dapat dijelaskan oleh faktor-faktor kebiasaan. Menurut Berg *et al.* (1999), efek langsung yang signifikan dari sikap dan norma subjektif tentang perilaku mungkin karena pemilihan makanan berada di bawah kendali kebiasaan daripada faktor rasional. Selain itu, efek moderat (sedang) dari niat terhadap perilaku dalam model awal dari TPB ($\beta = 0,327$) juga menyiratkan bahwa perilaku tersebut di bawah kontrol kehendak yang rendah (Fishbein dan Ajzen, 2005). Temuan ini menunjukkan bahwa terdapat konstruk lain yang mungkin lebih tepat untuk menengahi perilaku-sikap, dan faktor kebiasaan harus dipertimbangkan dalam penelitian masa depan.

4.4. Peran Sikap terhadap Konsumsi Makanan Organik

Penelitian ini menegaskan bahwa sikap adalah prediktor terkuat niat dalam konteks sosial serta kontek makanan (Ajzen, 1991; Conner dan Armitage, 1998; Fishbein dan Ajzen, 2005; Shepherd dan Raats, 1996). Korelasi sikap dengan niat ($\alpha = 0,57$; $p < 0,001$) dan dengan perilaku ($\alpha = 0,74$, $p < 0,001$) adalah signifikan tinggi. Dampak dari sikap pada perilaku sangat signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dampak sikap secara langsung dan tidak langsung terhadap perilaku dapat dijelaskan oleh model MODE (Motivasi dan Oportuniti sebagai Determinan) berdasarkan Fazio (1990). Menurut model MODE, sikap dapat membimbing perilaku melalui dua cara yaitu pertama melalui pertimbangan yang mendalam, dan yang kedua dengan cara spontan atau otomatis. Dalam proses spontan, sikap terhadap suatu objek atau target diasumsikan kuat (sangat mudah diakses) dan secara otomatis dapat diaktifkan dari memori untuk membimbing perilaku secara langsung (Ajzen dan Fishbein, 2005; Conner dan Armitage, 1998). Oleh karena itu, perilaku konsumsi beras organik di Kota Bogor memiliki dua kemungkinan yaitu dapat sesuai dengan niat sebelumnya atau mungkin tidak memiliki niat sebelumnya.

4.5. Atribut yang Penting dalam Membentuk Sikap

Fishbein dan Ajzen (1991) menjelaskan bahwa keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*) adalah faktor-faktor utama penentu sikap, dilain pihak sikap dapat dinilai dengan sejumlah keyakinan yang menonjol (*salient believe*) terkait dengan perilaku tertentu. Dalam perspektif pemasaran, keyakinan yang menonjol didefinisikan dan dinilai oleh atribut kualitas dan isyarat kualitas (Peter dan Hans, 1995). Penelitian ini menegaskan bahwa persepsi kualitas yang dinilai oleh rasa, penampilan, dan aroma, adalah atribut yang paling penting dalam menentukan kepuasan dan evaluasi dalam konteks makanan organik ($\beta = 0,72$; $p < 0,0001$). Dilain pihak 'beras organik tidak benar-benar bebas residu', 'beras yang beredar di pasar bukan beras organik' serta 'kualitas beras organik tidak lebih bagus dari beras non organik' adalah atribut unik yang memiliki efek negatif terhadap sikap ($\beta = - 0,14$, $p < 0,01$).

Penelitian di negara maju melaporkan bahwa kenyamanan adalah atribut sangat penting dari makanan (Stephoe *et al.*, 1995). Dalam penelitian ini, terdapat dua sub-komponen yang diekstraksi dari item yang dirancang untuk menilai kenyamanan yaitu kesesuaian beras organik untuk dikonsumsi oleh semua usia serta kesesuaian dengan gaya hidup, serta waktu dirasakan untuk memasak dan menyiapkan beras organik sebagai makanan. Subkomponen ini memiliki dampak yang berbeda terhadap sikap dan kendali pribadi. Responden secara signifikan mengevaluasi bahwa beras organik sesuai untuk dikonsumsi oleh semua usia serta sesuai dengan gaya hidup. Responden memberi nilai atribut kesesuaian sebagai tepat setelah persepsi kualitas, dan merupakan prediktor paling penting kedua pada sikap dan kendali pribadi.

Penelitian di negara barat menunjukkan bahwa ‘waktu yang digunakan untuk memasak’ dan ‘menyiapkan makan’ merupakan salah satu faktor hambatan yang dapat mempengaruhi pilihan makanan (Gofton, 1995), dan memiliki efek negatif pada sikap terhadap konsumsi makanan. Namun penelitian ini menemukan bahwa jumlah waktu yang digunakan untuk memasak dan menyiapkan makanan bukan faktor penentu sikap serta pengendali pribadi yang signifikan. Lebih dari 60 persen responden yang memasak dan mempersiapkan beras organik menyatakan tidak memerlukan waktu yang sangat lama, dan 20 persen dari responden ambivalen dalam mengevaluasi atribut tersebut. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan waktu dalam penanganan beras organik dengan beras non organik. Hasil ini juga mencerminkan kenyataan bahwa di negara berkembang seperti Indonesia, ketika anggaran waktu individu tersedia, waktu memasak tidak dianggap sebagai kriteria utama / hambatan untuk memilih bahan untuk makanan.

4.6. Pengaruh Norma Subjektif pada Niat dan Perilaku Beras Organik

Dalam penelitian TPB di negara barat, norma subjektif sering merupakan indikator terlemah pada niat (Ajzen, 1991; Fishbein dan Ajzen, 2005). Namun, penelitian ini menegaskan bahwa tekanan sosial adalah signifikan dan merupakan indikator kuat dari niat untuk mengkonsumsi beras organik. Tiga item yang digunakan untuk mengukur norma subjektif dan harapan keluarga pada makan beras organik memiliki nilai loading faktor sangat tinggi dan tampak sangat konsisten internal (*Cronbach alpha* = 0,92). Norma subjektif berkorelasi signifikan dengan niat ($\alpha = 0,49$, $p < 0,01$), dan dengan perilaku ($\alpha = 0,53$, $p < 0,01$). Dampak signifikan dari norma subjektif pada niat dan perilaku dapat dipahami oleh model MODE seperti yang telah dibahas sebelumnya, dimana norma subjektif dapat mempengaruhi perilaku melalui proses pertimbangan yang mendalam (deliberatif) serta otomatis (Fazio, 1990).

Nilai yang signifikan dari norma subjektif serta harapan keluarga pada niat dan perilaku konsumsi beras organik dapat dimengerti dalam situasi konsumen Indonesia. Konsumen di Indonesia pada umumnya memiliki ukuran keluarga yang cukup besar, dimana rata-rata anggota keluarga berjumlah lebih dari tiga orang. Ukuran yang cukup besar ini dapat disebabkan karena anggota keluarga tidak hanya merupakan keluarga inti namun bisa juga melibatkan *extended family* seperti kakek-nenek dan saudara lainnya. Pada umumnya para anggota keluarga sering melakukan kegiatan makan bersama sebanyak dua atau tiga kali sehari di rumah. Oleh karena itu, para anggota keluarga lebih atau kurang "dipaksa" untuk makan apa yang dimasak oleh anggota lain.

Seperti umumnya perempuan di Asia, perempuan biasanya bertanggung jawab dalam berbelanja dan memasak. Dalam keluarga besar selain istri, umumnya anggota keluarga yang lebih tua seperti ayah, ibu, kakek atau nenek serta anak-anak memiliki "kekuatan" terbesar dalam pertimbangan pembelian makanan. Oleh karena itu, tidak

heran apabila kemudian keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat dan frekuensi konsumsi beras organik.

4.7. Kendali yang Dirasakan dan Hambatan terhadap Konsumsi Makanan Organik

Kendali yang dirasakan dalam penelitian ini dinilai dengan cara meminta responden untuk mengukur persepsi mudah / sulit dalam melaksanakan konsumsi beras organik. Beberapa studi menunjukkan bahwa kendali yang dirasakan memiliki keandalan internal lemah untuk mengukur konstruk (Beale dan Manstead, 1991). Namun, tiga item dalam penelitian ini memiliki loading faktor yang tinggi dan menunjukkan keandalan internal (*Cronbach alpha* = 0,823). Secara umum, responden melaporkan bahwa mereka menghadapi kesulitan yang sedang dalam mengontrol hambatan terhadap konsumsi beras organik. Kontrol yang dirasakan menunjukkan memiliki korelasi tinggi dengan niat ($\alpha = 0,405$, $p < 0,001$), serta perilaku ($\alpha = 0,67$, $p < 0,001$).

Dalam model kausal, kendali yang dirasakan merupakan prediktor yang hanya signifikan terhadap perilaku, namun dampaknya tidak signifikan terhadap niat. Kontribusi yang relatif kecil dari kendali perilaku dalam menjelaskan varian dari niat juga ditemukan dalam studi perilaku konsumsi makanan umum (Sparks, Hedderly dan Shepherd, 1992).

Efek yang tidak signifikan dari kendali yang dirasakan terhadap niat, dan efek yang signifikan terhadap perilaku dapat dijelaskan oleh perbedaan antara kendali yang dirasakan dan kendali yang sebenarnya (Fishbein dan Ajzen, 2005). Konsumen merasa bahwa beras organik tersedia di beberapa toko dan swalayan di Kota Bogor dan harga yang wajar sehingga proses pembentukan niat untuk mengkonsumsi beras organik terutama hanya didasarkan pada evaluasi dan harapan keluarga, bukan pada persepsi kemudahan atau kesulitan untuk membeli dan terlibat dalam mengkonsumsi makanan. Kesulitan dan hambatan benar-benar terjadi hanya selama melakukan niat, misalnya fluktuasi harga dari suplai beras organik dapat menjadi alasan yang menciptakan perbedaan antara yang dirasakan dan aktual kontrol atas konsumsi beras organik.

Menurut TPB, kendali yang dirasakan ditentukan oleh keyakinan kendali. Penelitian ini menemukan bahwa atribut seperti persepsi nilai, kesesuaian, dan ketersediaan merupakan indikator yang signifikan dari kendali yang dirasakan. Hasil menunjukkan bahwa atribut persepsi nilai memiliki nilai signifikan positif dan moderat (sedang) yang mempengaruhi kendali pribadi ($\beta = 0,19$, $p < 0,05$). Responden menilai mengkonsumsi beras organik sebagai 'tidak mahal' dan 'sesuai dengan budget'. Hasil tersebut dapat dijelaskan dalam konteks bahwa responden di Kota Bogor adalah konsumen beras organik yang secara rutin telah mengkonsumsi beras organik dalam jangka waktu yang relatif lama. Penelitian Sinaga pada tahun 2009 menunjukkan bahwa rentang harga beras organik yang dapat diterima oleh

konsumen adalah antara Rp 8.525 sampai dengan Rp 9.124, sedangkan pada saat penelitian ini dilaksanakan (tahun 2011) harga beras organik berkisar antara Rp 11.000 sampai dengan Rp 17.000 tergantung kualitas dan merk beras organik tersebut. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa mereka menilai beras organik sebagai 'tidak mahal' atau 'memiliki harga yang wajar' dalam konteks relatif bila dilihat dari kualitas serta manfaatnya.

Selain itu, beras organik juga dianggap sebagai 'tersedia'. Lebih dari 60 persen dari responden menyatakan bahwa beras organik tersedia di Kota Bogor dan mudah untuk membelinya, sementara 20 persen responden memberikan skor netral. Ketersediaan berdampak pada kontrol pribadi secara positif dalam jumlah yang moderat ($\beta = 0,184$, $p < 0,05$). Pasokan beras organik di Kota Bogor terutama berasal dari suplai di beberapa wilayah di Jawa Barat seperti: daerah Sukabumi, Cianjur, Bandung, Garut dan Tasikmaya, dengan merk dagang Beras Organik SRI Jaya Laksana, Holistic Super Organik, Ibu dan Anak Super Organik, Al Amin, Sangkuring, dan lainnya.

Dalam subkomponen kenyamanan hanya kesesuaian yang secara signifikan mempengaruhi kendali yang dirasakan. Dalam hal ini beras organik dianggap sesuai untuk dikonsumsi oleh semua usia dan sesuai dengan gaya hidup. Waktu yang diinvestasikan pada memasak dan mempersiapkan beras organik, seperti yang disarankan sebagai faktor eksternal yang menghambat konsumsi beras organik berdasarkan Gofton (1995), ditemukan tidak signifikan berpengaruh pada kendali perilaku yang dirasakan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen di Kota Bogor memiliki motivasi tinggi dan sikap positif terhadap konsumsi beras organik. Namun, konsumen di Kota Bogor mengkonsumsi beras organik pada frekuensi rendah yaitu dua kali seminggu di rumah dan beberapa kali setahun di luar rumah. Kualitas, efek negatif, dan kesesuaian memiliki dampak yang signifikan pada sikap, sementara ketersediaan, kesesuaian dan nilai merupakan penentu utama dari kendali pribadi terhadap konsumsi beras organik.

Selain keraguan terhadap klaim 'organik' memiliki efek negatif pada sikap, atribut kualitas dan kesesuaian memiliki dampak positif pada sikap dan kontrol yang dirasakan. Waktu yang dialokasikan untuk memasak dan mempersiapkan beras organik tidak ditemukan sebagai indikator penting dari sikap serta kontrol yang dirasakan.

Dalam aspek akademik, penelitian menegaskan bahwa TPB dan langkah-langkah, yang digunakan luas dalam kebudayaan Barat, sesuai untuk studi konsumsi beras organik dalam konteks Kota Bogor. Frekuensi konsumsi beras organik secara signifikan dapat diperkirakan dan dijelaskan dengan niat dan kendali pribadi; dan niat

dalam gilirannya secara signifikan ditentukan oleh sikap dan norma subjektif, tapi tidak dengan kendali pribadi.

Model TPB menjelaskan 17 persen varian dari perilaku dan 39 persen varian dari niat mengkonsumsi beras organik. Sebuah model yang dimodifikasi secara signifikan memberikan dampak langsung terhadap sikap dan norma subjektif pada perilaku, tetapi tidak signifikan pada niat perilaku. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumsi beras organik adalah di bawah kontrol kehendak yang lemah dan perilaku kebiasaan. Atribut keyakinan produk (*product belief*) menjelaskan 58 persen varian dari sikap dan 40 persen varian kontrol yang dirasakan.

5.2. Saran

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa konsumen beras organik di Kota Bogor mengkonsumsi beras organik dalam frekuensi rendah. Namun, umumnya sikap mereka terhadap konsumsi beras organik dan motivasi untuk mengkonsumsi beras organik secara signifikan positif. Hasil ini menegaskan bahwa industri beras organik memiliki potensi tinggi untuk memperluas pasar domestik. Selain itu, perkembangan ekonomi negara dalam beberapa tahun terakhir telah menciptakan permintaan yang signifikan untuk kegiatan pariwisata dan rekreasi. Permintaan untuk makan di restoran meningkat secara dramatis, terutama orang-orang muda di perkotaan. Namun, penelitian menunjukkan bahwa frekuensi makan beras organik di luar rumah sangat rendah. Hal ini disebabkan karena masih sedikit restoran yang menawarkan nasi dari beras organik. Oleh karena itu, pelaku industri restoran dan rumah makan perlu didorong untuk dapat menjual produk pertanian organik, bukan hanya beras namun juga sayuran dan buah organik.

Beras organik termasuk dalam bahan makanan yang memiliki kualitas tinggi serta sesuai untuk dikonsumsi oleh semua usia dan sesuai dengan gaya hidup. Industri beras organik dan perusahaan dapat mengambil keuntungan ini dalam mempromosikan produk sehingga dapat meningkatkan permintaan beras organik. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, keamanan pangan telah menjadi isu tidak hanya berlaku pada produk non organik namun juga pada produk organik. Sulitnya pengurusan sertifikasi produk organik, menyebabkan banyak produk organik yang beredar di masyarakat diragukan ke'organikannya'. Hal ini diperparah dengan adanya beberapa produsen yang 'nakal' dimana melakukan pencampuran antara beras organik dengan non organik. Konsisten dengan penelitian sebelumnya, keraguan terhadap klaim 'organik' ditemukan sebagai hambatan utama menuju konsumsi beras organik. Efek dari ketidakpercayaan terhadap beras organik sangat negatif. Oleh karena itu, dibutuhkan peran pemerintah dalam membantu kemudahan pengurusan sertifikasi organik. Disamping perlu adanya kesadaran dari pelaku pasar beras organik, bahwa perilaku yang kurang baik dapat menghambat perkembangan industri organik di masa yang akan datang.

Dalam aspek akademis, penelitian ini menunjukkan bahwa TPB cocok untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku konsumsi beras organik dalam konteks Indonesia. Oleh karena itu diperlukan suatu perluasan dari model dalam penelitian di masa yang akan datang dengan mempertimbangkan beberapa konstruk tambahan. Selain itu, studi menemukan bahwa keraguan terhadap klaim ‘organik’ ditemukan sebagai hambatan utama menuju konsumsi beras organik. Sebuah penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam diperlukan untuk mengeksplorasi faktor "lokal" lain mungkin diperlukan untuk penelitian di masa depan.

Penelitian ini mengadopsi hampir semua item yang berhasil digunakan dalam kultur barat. Pada umumnya, item tersebut dapat diandalkan untuk mewakili konstruk dan berlaku untuk konteks Indonesia. Namun item yang dirancang untuk mengukur konstruk sehat tampaknya tidak dapat diandalkan. Hal ini membutuhkan penjelasan lain dari item tersebut atau bahkan item yang lain harus ditemukan untuk digunakan dalam mengukur atribut “sehat”.

Niat diukur dengan item dalam interval waktu tiga hari berikutnya, dimana memiliki skor moderat dan menunjukkan hasil tidak konsisten dengan perilaku konsumsi. Hal ini merupakan keterbatasan penelitian dan menyarankan agar penelitian di masa depan mengukur niat harus dalam waktu interval yang lebih lama, misalnya dalam satu atau dua minggu. Terkait dengan *Goodness of Fit* dari estimasi model, penelitian ini memiliki hasil yang moderat. Hal ini mungkin disebabkan oleh ukuran sampel yang kecil. Sebuah model kausal penuh dari TPB, yang melibatkan semua keyakinan yang menonjol dari atribut produk, dan perpanjangan TPB dengan menambahkan atribut penting lainnya disarankan untuk studi masa depan. Namun, ini memerlukan biaya yang relatif mahal dalam jumlah sampling. Hasil penelitian ini hanya signifikan di wilayah penelitian, sehingga tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh negara atau wilayah Timur

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1991. *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50, 179-211.
- Ajzen, I., dan M. Fishbein. 2005. The influence of attitudes on behavior. Dalam D.Albarracín, B.T.Johnson, dan M.P.Zanna (eds). *The Handbook of Attitudes*, hal.173-221. Lawrence Erlbaum Associates.
- Armitage, C.J., dan M. Conner. 2001. Efficacy of the theory of planned behaviour: a meta-analytic review. *The British Journal of Social Psychology* 40(4): 471-99.
- Bagozzi, R.P.W.T. 1991. Assessing construct validity in organizational research. *Administrative Science Quarterly* 36(3): 421.

- Berg, C., I. Jonsson, dan M. Conner. 2000. Understanding choice of milk and bread for breakfast among Swedish children aged 11-15 years: an application of the theory of planned behaviour. *Appetite* 34(1): 5-19.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2010. Hasil Sensus Penduduk Indonesia Data Agregat Per Provinsi. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Conner, M., dan C.J. Armitage. (1998). Extending the theory of planned behavior: a review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology* 28(15): 1429-1464.
- Hartari, A. 2005. Atribut Produk dan Karakteristik Konsumen Beras Organik terhadap Sikap Konsumen Beras Organik. Thesis. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Sahertian, Y.C.. 2010. Analisis Sikap Konsumen dan Rentang Harga Pada Keputusan Pembelian Beras Organik (Kasus pada PT Amani Mastra). [Skripsi]. Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB
- Fishbein, M., dan I. Ajzen. 1980. *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall. New Jersey.
- Furst, T., M. Connors, C.A. Bisogni, J. Sobal, dan L.W. Falk. 1996. Food choice: a conceptual model of the process. *Appetite* 26(3): 247-266.
- Gollwitzer, P.M. 1993. Goal achievement: the role of intentions. *European Review of Social Psychology* 4 (141-185).
- Januar, N.R. 2006. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Rumah Tangga terhadap Beras Organik di Bogor. [Skripsi]. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium 2*. H. Teguh (Penterjemah). Jakarta: PT Prenhallindo. Terjemahan.
- Lea, E., Worsley, T. 2005. Austarlans' Organik Food Beliefs, Demographics, and Values. *British Food Journal*, 107, 10-11. September 14, 2007.
- Pallant, J.J. 200.. SPSS survival manual: a step by step guide to data analysis using SPSS for Windows (Version 15).
- Paramita, V.N. . 2010 . Sikap Konsumen Pasar Modern Terhadap Beras Organik Di Kta Surakarta. [Skripsi]. Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian/Agrobisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Peter, A.M.O. dan C.M.V.T. Hans. 1995. Perceived quality: a market driven and consumer oriented approach. *Food Quality and Preference* 6(3): 177-183.
- Raats, M., R. Shepherd, dan P. Sparks. 1995. Including moral dimensions of choice within the structure of the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology* 25(6): 484.

- Shepherd, R. 1989. Factors influencing food preferences and choice. Dalam Shepherd, R(ed), *Handbook of the psychophysiology of human eating*, hal.3-24. New York; John Wiley.
- Shepherd, R., dan M.M. Raats. 1996. Attitudes and beliefs in food habits. Dalam H.L. Meiselman, dan H.J.H. MacFie, *Food choice, acceptance and consumption*. Blackie Academic and Professional, London
- Sinaga, I.M.. 2010. Analisis Sikap, Persepsi Konsumen Dan Rentang Harga Pada Beras Organik Sae (Sehat Aman Enak) Pada Gapoktan Silih Asih Desa Ciburuy Kabupaten Bogor Jawa Barat. [Skripsi]. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Sparks, P., D. Hedderly, dan R. Shepherd. 1992. An investigation into the relationship between perceived control, attitude variability and the consumption of two common foods. *European Journal of Social Psychology* 22(1): 55.
- Stephoe, A., T.M. Pollard, dan J. Wardle. 1995. Development of a measure of the motives underlying the selection of food: the food choice questionnaire. *Appetite* 25(3): 267-84.
- Surono, J.I. 2007. "Country Case Study of Indonesia", Regional Conference on Organic Agriculture in Asia. 12-15 December 2007, Bangkok, Thailand.
- Sutton, S. 1998. Predicting and explaining intentions and behavior: how well are we doing. *Journal of Applied Social Psychology* 28(15): 1317.

DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR

JL. KAMPER, WING 4 LEVEL 5, KAMPUS IPB DRAMAGA BOGOR
TELP (0251) 8629654

ISBN 978-979-19423-9-3



9 789791 942393