

MINAT KONSUMEN UNTUK MEMBELI BERAS ORGANIK DI PASAR MODERN YOGYAKARTA

Diska Amalia Farah / 20130220132
Dr. Ir. Widodo, MP / Dr. Aris Slamet Widodo, M. Sc
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ABSTRACT

The Purpose of this research are to identify the consumer interest for buying the organic rice in the modern market, and what are the factors that affect the consumer interest for buying the organic rice in the modern market. The location of the research implemented in Supermarket Super Indo and Pamella Satu Supermarket. The location determined in purposive, with the consideration of the location as the modern market representation to the people in the middle-up and the people in the middle. The data collected with the distributing of the questioner, then analyzed using the descriptive and multiple linear regression analysis. The result toward 60 respondents in both modern market shows that the consumer interest for buying the organic rice in modern market in the very interested category that is amount of 83% in Super Indo Godean and amount of 47% in Pamella Satu. Shown by amount 12 respondents in Super Indo Godean and amount 22 respondents in Pamella Satu that was bought the organic rice. In together, the factors that affect the consumer interest for buying the organic rice are price, merk, availability of the product, and health awareness. In the partial, there just the availability of the product that affect significantly, and to the price factor, merk factor and healt awareness factor, aren't affect significantly.

Keywords: *Organic rice, consumer interest, the factors of the consumer interest*

PENDAHULUAN

Pertanian organik cukup berkembang di Indonesia, khususnya komoditi beras organik karena beras merupakan makanan pokok. Seperti survei yang dilakukan oleh FiBL (*Forschungsinstitut für Biologischen Landbau*), dalam data statistik dan tren pertanian organik dunia tahun 2012 memperlihatkan luas areal tanam padi organik di Indonesia disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Area Tanam Padi Organik di Indonesia

No.	Tahun	Luas Areal Tanam (ha)
1	2008	54.509,41
2	2009	59.141,43
3	2010	83.630,09
4	2011	74.034,10
5	2012	88.247,30

Sumber: FiBL-IFOAM, 2012

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa luas area tanam padi organik mengalami fluktuasi namun cenderung mengalami kenaikan pada periode 2008 sampai tahun 2012. Selain luas area lahan, produksi padi organik nasional meningkat dari 1,180 ton ditahun 2001 menjadi hampir 11,000 ton di tahun 2004 (Kurnia, 2014). Oleh karena itu, Indonesia masih memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan beras organik.

Pada tahun 2005, pasar beras organik di Indonesia baru mencapai Rp. 28 milyar dengan pertumbuhan sekitar 22% per tahunnya (Kurnia, 2014). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa beras organik di Indonesia sudah mengalami persaingan pasar walaupun belum terlalu besar.

Yogyakarta merupakan salah satu kota di Indonesia dengan masyarakat yang memiliki minat cukup tinggi untuk membeli beras organik di pasar modern. Sebagai contoh, rasio pembelian beras organik dan nonorganik di Gardena Departemen Store Yogyakarta mencapai 60:40 (Tribun Jogja, 2011).

Disisi lain, beras organik dapat dikatakan sebagai beras eksklusif, dimana beras organik tidak dijual di sembarang tempat dan memerlukan pemasaran yang khusus. Beras organik dikemas dengan plastik atau karung yang telah diberi label organik, yang dijual dengan harga yang relatif lebih mahal dibanding beras biasa. Tingginya harga beras organik menyebabkan konsumennya pun merupakan kalangan terbatas yaitu masyarakat yang mengerti keunggulannya dan bersedia membayar dengan harga lebih mahal (Andoko, 2010). Dalam hal ini pasar modern merupakan salah satu tempat pemasaran beras organik.

Sebagai salah satu kota besar di Indonesia, Yogyakarta memiliki banyak pasar modern. Super Indo Godean dan Pamella Satu merupakan pasar modern di Yogyakarta yang menjual berbagai kebutuhan masyarakat, salah satunya adalah produk beras organik.

Oleh karena itu, dengan tingginya rasio pembelian beras organik, dan tingginya harga beras organik, melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana minat konsumen untuk membeli beras organik, dan apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam pembelian beras organik di pasar modern, Yogyakarta

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di pasar modern Yogyakarta sehingga dipilih Supermarket Super Indo Godean dan Pamella Satu Supermarket. Hal ini dikarenakan pada cabang ini, memiliki tempat lebih luas dan ramai dikunjungi konsumen dengan letaknya yang strategis, dan juga cabang yang menyediakan beras organik cukup lengkap.

Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah sampling aksidental yaitu berdasarkan kebetulan siapa yang bertemu dengan peneliti dan dianggap sesuai untuk sebagai sampel. Sampel yang diambil adalah pengunjung outlet beras baik organik dan nonorganik yaitu wanita dan pria di atas usia 20 tahun yang menunjukkan ketertarikan. Baik yang membeli dan tidak membeli beras organik di Super Indo Godean dan Pamella Satu, Yogyakarta. Untuk keperluan data ini penulis mengambil 60 responden yang dijadikan sampel penelitian dari dua tempat. Sebanyak 30 responden di Super Indo Godean dan 30 responden di Pamella Satu.

Teknik analisis yang digunakan yakni analisis deskriptif berdasarkan kategori minat dan akan diperoleh presentase kategori minat, sehingga dapat diinterpretasikan bagaimana minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern. Teknik analisis selanjutnya untuk menguji berbagai faktor yang mempengaruhi minat konsumen digunakan model analisis regresi linear berganda. Variabel minat diambil dari presentase skor dengan rumus:

$$\text{Presentase Skor} = \frac{\text{Capaian skor} - \text{Minimal skor}}{\text{Maximal skor} - \text{Minimal skor}} \times 100\%$$

Adapun model analisis linear berganda adalah :

$$Y : a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

$$Y = \text{Minat Beli} \quad a = \text{konstanta}$$

$b_1 \dots b_4$ = sampai dengan b_4 : koefisien regresi untuk masing-masing variabel

$$X_1 = \text{Harga} \quad X_3 = \text{Ketersediaan Produk}$$

$$X_2 = \text{Merek} \quad X_4 = \text{Kesadaran Kesehatan}$$

E = error term (tingkat kesalahan)

Dilanjutkan dengan uji f dan uji t:

Uji F

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, berarti faktor harga, merek, ketersediaan produk, dan kesadaran kesehatan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, berarti berarti faktor harga, merek, ketersediaan produk, dan kesadaran kesehatan secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern.

Uji t

- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor minat secara parsial terhadap minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern.
- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor minat secara parsial terhadap minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Minat Responden untuk Membeli Beras Organik

Minat konsumen untuk membeli beras organik diukur melalui tiga tahap yaitu ketertarikan, keinginan, dan keyakinan konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern. Sebaran responden berdasarkan ketertarikan, keinginan, dan keyakinan terhadap beras organik di pasar modern dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Sebaran responden berdasarkan ketertarikan terhadap beras organik di pasar modern

Ketertarikan	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Ya	26	27	87	90	12	14	22	5
Tidak	4	3	13	10	0	4	1	2
Sub Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Pencarian Informasi	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Ya	16	20	62	74	9	7	16	4
Tidak	10	7	38	26	3	7	6	1
Sub Total	26	27	100	100	12	14	22	5

Keinginan	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Ya	26	27	87	87	12	14	23	4
Tidak	4	3	13	13	0	4	0	3
Sub Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Keyakinan	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Ya	14	27	47	90	12	2	23	4
Tidak	16	3	53	10	0	16	0	3
Sub Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa dominasi responden memiliki ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut tentang beras organik di masing-masing pasar modern yaitu sebanyak 26 responden di Super Indo Godean dan sebanyak 27 orang di Pamella Satu. Ketertarikan konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal. Dominasi konsumen tertarik terhadap beras organik karena beras organik bebas pestisida dan bahan kimia lainnya, disamping itu juga konsumen tertarik karena butir beras organik lebih utuh dari pada beras anorganik, harga beras organik hampir sama dengan beras anorganik dan warna beras organik yang lebih putih dari pada beras anorganik. Dari 26 responden yang tertarik terhadap beras organik di Super Indo Godean, sebagian besar responden tidak melakukan pembelian beras organik, yaitu sebanyak 14 orang. Hal ini disebabkan karena konsumen tidak memiliki keyakinan untuk membeli beras organik. Dari 27 responden yang memiliki ketertarikan di Pamella Satu, sebagian besar responden melakukan pembelian beras organik yaitu sebanyak 22 orang. Terdapat satu responden di Pamella Satu yang tidak memiliki ketertarikan namun melakukan pembelian beras organik, dikarenakan responden tersebut memiliki keyakinan untuk membeli beras organik yang dipasarkan di Pamella Satu.

Disamping memiliki ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut tentang beras organik, responden juga mencari informasi tentang beras organik yang dipasarkan di pasar modern Yogyakarta. Dari jumlah responden yang memiliki ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut tentang beras organik, sebesar 62 persen responden di Super Indo Godean, dan sebesar 74 persen responden di Pamella Satu melakukan pencarian informasi tentang beras organik. Adapun informasi lebih lanjut yang dicari oleh konsumen sebagian besar tentang keunggulan beras organik dan jenis beras organik, selain itu konsumen juga mencari informasi tentang harga dan stok (persediaan) beras organik di pasar modern Yogyakarta. Dari jumlah responden yang melakukan pencarian informasi tentang beras organik di kedua pasar modern, sebagian besar juga melakukan pembelian beras organik yaitu sebanyak 9 orang di Super Indo Godean dan 16 orang di Pamella Satu. Hal ini dapat disebabkan dengan informasi yang diperoleh responden tentang beras organik, akan memberikan pengetahuan yang lebih kepada responden. sehingga, responden memiliki pertimbangan tersendiri dan memilih untuk melakukan pembelian terhadap beras organik. Disamping itu, terdapat 3 responden di Super Indo Godean, dan 6 responden di Pamella Satu yang tidak melakukan pencarian informasi mengenai beras organik namun, melakukan pembelian beras organik. Hal ini disebabkan, karena responden sudah cukup mendapatkan informasi dari label yang tertera pada kemasan beras organik.

Selanjutnya, sebagian besar responden yaitu sebanyak 26 responden di Super Indo Godean dan sebanyak 27 responden di Pamella Satu memiliki keinginan untuk memiliki beras organik yang dipasarkan di pasar modern tersebut. Keinginan konsumen dilatarbelakangi sebagian besar karena konsumen ingin menerapkan hidup sehat dengan mengkonsumsi beras organik dan ingin merasakan kelebihan dari mengkonsumsi beras organik. Disamping itu juga karena konsumen ingin merasakan varian lain dari beras organik serta konsumen merasa penasaran dengan rasa beras organik. Dari rasa keinginan konsumen untuk memiliki beras organik yang dipasarkan di Super Indo Godean, sebagian besar konsumen tidak melakukan pembelian beras organik dengan jumlah responden sebanyak 14 orang. Pada responden Pamella Satu yang berkeinginan untuk memiliki beras organik, sebagian besar melakukan pembelian beras organik dengan jumlah responden sebanyak 23 orang. Banyaknya responden yang melakukan pembelian beras organik di Pamella Satu disebabkan oleh keyakinan konsumen untuk membeli beras organik.

Jumlah responden yang memiliki keyakinan untuk memiliki beras organik di Pamella Satu lebih besar dari pada responden di Super Indo Godean yaitu sebesar 90% responden di Pamella Satu dan 47% responden Super Indo Godean. Sebesar 53% responden di Super Indo

Godean dan 10% responden di Pamella Satu tidak yakin untuk membeli beras organik. Keyakinan responden dilatar belakangi karena keyakinan responden bahwa beras organik memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan dan keyakinan konsumen bahwa beras organik sangat aman untuk dikonsumsi, selain itu juga karena beras organik memiliki tekstur yang lebih pulen dari pada beras anorganik setelah dimasak serta beras organik memiliki aroma yang lebih wangi dari aroma beras anorganik sehingga akan lebih disukai anggota keluarga. Ketidakyakinan responden untuk memiliki beras organik dikarekan harga beras organik yang tergolong mahal dan kurangnya keyakinan responden terhadap keorganikan beras. Sebagian besar responden di kedua pasar modern yang memiliki keyakinan untuk membeli juga melakukan pembelian beras organik, yaitu sebanyak 12 orang di Super Indo Godean dan sebanyak 23 orang di Pamella Satu.

Dari pemaparan ketertarikan, keinginan, dan keyakinan konsumen terhadap beras organik, selanjutnya dapat diketahui minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern Yogyakarta. Minat konsumen diukur dengan menginterpretasikan hasil pengolahan data ketertarikan, keinginan, dan keyakinan konsumen terhadap beras organik di pasar modern Yogyakarta yaitu di Super Indo Godean, dan pamella Satu berdasarkan kategori minat. Adapun data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Presentase kategori minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern Yogyakarta

Kategori Minat	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Sangat tidak berminat	1	2	3	7	0	1	0	2
Tidak berminat	6	1	20	3	0	6	0	1
Berminat	9	1	30	3	0	9	1	0
Sangat berminat	14	26	47	87	12	2	22	4
Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Berdasarkan tabel presentase kategori minat diatas, diketahui bahwa 47 persen responden di Super Indo dan sebanyak 87 persen responden di Pamella termasuk kedalam kategori sangat berminat untuk membeli beras organik. Keadaan ini menunjukkan bahwa dengan kategori sangat berminat, artinya responden memiliki ketertarikan, keinginan, dan keyakinan untuk membeli beras organik yang di pasarkan di setiap pasar modern. Selanjutnya, sebanyak 30 persen di Super Indo Godean, dan 3 persen responden di Pamella Satu termasuk pada kategori berminat. Artinya responden beras organik memiliki ketertarikan dan keinginan untuk memiliki, namun responden belum yakin untuk membeli beras organik. Untuk kategori tidak berminat, terdapat sebanyak 20 persen responden di Super Indo Godean, dan 3 persen di Pamella Satu. Hal ini disebabkan dengan adanya ketertarikan responden terhadap beras organik, namun belum adanya keinginan dan keyakinan konsumen terhadap beras organik tersebut. Kategori terakhir adalah kategori sangat tidak berminat, dengan persentase sebanyak 3 persen responden di Super Indo Godean, dan 7 persen responden di Pamella Satu. Keadaan ini disebabkan responden tidak memiliki ketertarikan, keinginan, dan keyakinan untuk membeli beras organik.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari seluruh responden beras organik di kedua pasar modern, dominasi responden berada pada kategori sangat berminat. Sehingga para responden memiliki rasa ketertarikan, keinginan, dan keyakinan yang tinggi terhadap beras organik yang dipasarkan. Hal ini ditunjukkan oleh konsumen yang melakukan

pembelian beras organik di Super Indo Godean sebanyak 12 orang dan sebanyak 22 orang di Pamella merupakan konsumen dalam kategori sangat berminat, dan terdapat satu orang konsumen di Pamella Satu yang termasuk dalam kategori berminat yang disebabkan konsumen tidak memiliki ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut tentang beras organik, namun konsumen memiliki keinginan, dan keyakinan untuk membeli beras organik. Disisi lain terdapat dua responden di Super Indo Godean dan empat responden di Pamella Satu yang tergolong dalam kategori sangat berminat namun tidak melakukan pembelian beras organik, dikarenakan masih tersedianya stok (persediaan) beras organik di rumah.

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

1. Sebaran responden berdasarkan faktor harga, merek, ketersediaan produk, dan kesadaran kesehatan

a. Harga

Harga merupakan suatu aspek yang menentukan keputusan pembelian, dimana harga suatu produk akan menentukan tingkat daya beli seseorang. Daya beli seseorang akan tinggi apabila harga yang tertera sesuai dengan harapan dan kemampuan seseorang tersebut. dalam penelitian ini, harga beras organik menunjukkan manfaat dan kualitas yang dimiliki produk tersebut. Adapun sebaran responden berdasarkan faktor harga dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Sebaran responden berdasarkan harga beras organik

No	Indikator	Pernyataan (Super Indo)					Pernyataan (Pamella)				
		STS	TS	CS	S	SS	STS	TS	CS	S	SS
1.	Beras yang dipasarkan tergolong murah	4	17	7	2	0	2	6	12	9	1
		13,3	56,7	23,3	6,7	0%	6,7	20	40	30	3,3
		%	%	%	%		%	%	%	%	%
2.	Harga beras organik yang dipasarkan sesuai dengan manfaat yang dapat dirasakan	2	2	10	16	0	1	1	8	18	2
		6,7%	6,7	33,3	53,3	0%	3,3	3,3	26,7	60	6,7
			%	%	%		%	%	%	%	%
3.	Harga beras organik yang tertera sesuai dengan kualitas beras organik	1	4	6	18	1	0	1	11	16	2
		3,3%	13,4	20	60	3,3	0%	3,3	36,7	53,3	6,7
			%	%	%	%		%	%	%	%

Dari tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa responden di Super Indo Godean dan Pamella Satu sebagian besar setuju atas pernyataan harga beras organik yang dipasarkan di pasar moderen tersebut sesuai dengan manfaat yang dapat dirasakan yaitu sebesar 53,3% di Super Indo Godean dan sebesar 60% di Pamella Satu. Selain itu juga untuk pernyataan harga beras organik yang tertera sesuai dengan kualitas beras organik sebesar 60% responden di Super Indo Godean dan sebesar 53,3% di Pamella Satu menyatakan setuju.

Dari segi manfaat, beras organik memiliki khasiat yang lebih baik daripada beras anorganik karena terbebas dari bahan kimia. Jenis beras hitam organik merupakan jenis beras organik yang memiliki khasiat yang paling baik dibandingkan dengan jenis beras lainnya karena dapat diketahui dapat mencegah dan menyembuhkan berbagai macam penyakit. Selain itu, jenis beras merah organik juga memiliki khasiat yang baik yaitu sebagai penangkal kanker, kaya akan serat, dan dapat menurunkan kolesterol darah. Maka dari itu, banyak beras organik khususnya jenis beras merah yang dikhususkan untuk penderita diabetes.

Beras organik memiliki kualitas yang jauh lebih baik daripada beras anorganik, karena beras organik memiliki bentuk fisik dan kebersihan yang lebih baik daripada beras anorganik. Selain itu, beras organik dikemas dengan kemasan yang lebih tebal atau kemasan

kardus, dan sebagian beras organik dikemas menggunakan teknologi vakum yang kedap udara sehingga akan terhindar dari gangguan kutu beras.

Pada pernyataan harga beras organik di Super Indo Godean yang tergolong murah, sebesar 56,7% responden tidak setuju. Artinya beras organik yang dipasarkan di Super Indo Godean tergolong mahal. Beras organik yang di pasarkan di Pamella satu sebesar 40% responden menyatakan cukup setuju untuk pernyataan harga beras organik yang tergolong murah, yang artinya bahwa beras organik yang dipasarkan di Pamella Satu tergolong cukup murah untuk kategori beras organik, namun masih lebih mahal dari beras anorganik.

Harga beras organik di Super Indo Godean yang tergolong mahal disebabkan oleh manfaat dan kualitas beras organik yang lebih baik pula. Jenis beras hitam dan beras merah organik memiliki harga yang lebih mahal daripada jenis beras organik lainnya. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4, bahwa harga beras organik yang tersedia di Super Indo Godean dijual dengan harga rata-rata Rp. 30.000 - Rp. 54.000 per kilonya dan untuk harga beras organik di Pamella Satu rata-rata dijual dengan harga Rp. 15.000 - Rp. 35.000 per kilonya (tabel 5). Kemudian untuk jenis beras organik yang sama yaitu beras merah organik Tropicana Slim di Super Indo Godean dijual lebih mahal daripada di Pamella Satu. Oleh karena itu, beras organik di Pamella Satu tergolong cukup mahal karena memiliki harga yang lebih murah daripada beras organik di Super Indo Godean.

b. Merek

Merek dagang beras organik yang dipasarkan di Super Indo Godean dan Pamella Satu sangat beragam. Maka para responden juga akan memiliki penilaian masing-masing terhadap merek beras organik. Adapun sebaran responden berdasarkan merek beras organik disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5. Sebaran responden berdasarkan merek beras organik

No	Indikator	Pernyataan (Super Indo)					Pernyataan (Pamella)				
		STS	TS	CS	S	SS	STS	TS	CS	S	SS
1.	Terdapat beberapa jenis merek beras organik yang dipasarkan	1	2	8	16	3	1	0	8	16	5
		3,3%	6,7%	26,7%	53,3%	10%	3,3%	0%	26,7%	53,3%	16,7%
2.	Produsen beras organik memberikan manfaat dengan memberikan jaminan mutu beras organik	1	1	7	21	0	0	2	9	17	2
		3,3%	3,3%	23,3%	70%	0%	0%	6,7%	30%	56,7%	6,7%
3.	Dengan merek yang tertera "Beras Organik" saya percaya bahwa beras organik memiliki kualitas yang lebih baik daripada beras anorganik	0	3	9	17	1	0	4	8	13	5
		0%	10%	30%	56,7%	3,3%	0%	13,3%	26,7%	43,3%	16,7%

Berdasarkan tabel 5, dari kedua pasar modern sebagian besar responden setuju atas pernyataan terdapat beberapa jenis merek beras organik yang dipasarkan di pasar modern, ditunjukkan dengan sebesar 53,3% responden di Super Indo Godean dan Pamella Satu. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4 dan tabel 5 diatas bahwa beras organik di Super Indo Godean terdiri dari 5 jenis merek dan di Pamella Satu terdiri dari 7 jenis merek beras organik, dan dari setiap merek yang ada memiliki jenis yang beragam pula.

Selanjutnya, untuk pernyataan produsen beras organik memberikan manfaat dengan memberikan jaminan mutu beras organik, sebesar 70% responden di Super Indo Godean dan sebesar 56,7% responden di Pamella Satu menyatakan setuju. Jaminan mutu yang diberikan berupa adanya sertifikasi pada kemasan beras organik ditunjukkan dengan beberapa jenis sertifikasi pada beras organik yang dipasarkan di Super Indo Godean dan Pamella Satu diantaranya: sertifikat SNI, KEMTAN RI, Dinas Kesehatan, Balai Laboratorium Kesehatan

Yogyakarta, Organic Farming Certificate, sertifikat bebas pestisida dari SUCOFINDO, dan Laboratorium LPPT UGM. Selain itu, beras organik yang dipasarkan sudah berlabel Organik Indonesia, yaitu layanan yang menangani pengawasan pada bahan pangan organik di Indonesia.

Pada pernyataan dengan merek yang tertera “Beras Organik” saya percaya bahwa beras organik memiliki kualitas yang lebih baik daripada beras anorganik, terdapat sebesar 56,7% responden Super Indo Godean dan sebesar 43,3 % responden di Pamella Satu menyatakan setuju. Hal ini disebabkan dengan adanya sertifikasi sertifikat dan label yang tertera konsumen akan semakin yakin dengan kualitas beras organik yang sudah sangat terjamin karena sudah melalui beberapa proses pengujian.

3. Ketersediaan Produk

Ketersediaan produk merupakan aspek yang dapat mempengaruhi pembelian konsumen. Dalam penelitian ini, faktor ketersediaan produk diindikasikan menjadi tiga yaitu beras organik selalu tersedia di setiap pasar modern, terdapat beberapa jenis beras organik, dan terdapat beberapa ukuran beras organik. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Sebaran responden berdasarkan ketersediaan beras organik

No.	Indikator	Pernyataan (Super Indo)					Pernyataan (Pamella)				
		STS	TS	CS	S	SS	STS	TS	CS	S	SS
1.	Beras organik selalu tersedia di pasar modern ini	1	7	10	12	0	0	5	5	15	5
		3,3%	23,3 %	33,4 %	40 %	0%	0%	16,7 %	16,7 %	50 %	16,6 %
2.	Pada pasar modern ini terdapat beberapa jenis beras organik	0	3	11	13	3	0	0	9	13	8
		0 %	10 %	36,7 %	43,3 %	10 %	0%	0%	30%	43,3 %	26,7 %
3.	Pada pasar modern ini terdapat beberapa ukuran untuk setiap beras organik yang dipasarkan	2	6	8	13	1	0	0	9	14	7
		6,7%	20 %	26,7 %	43,3 %	3,3 %	0%	0%	30%	46,7 %	23,3 %

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden setuju atas pernyataan beras organik di Super Indo Godean dan Pamella satu selalu tersedia. Yaitu sebesar 40% di Super Indo Godean dan sebesar 50% di Pamella satu. Hal ini diketahui jika stok beras organik yang ada tinggal beberapa bungkus, maka dilakukan *restock* (persediaan kembali), karena selalu ada pengecekan persediaan barang. Bahkan di Pamella Satu sebesar 16,6% menjawab sangat setuju artinya tidak pernah terjadi kekosongan *stock*, dan tidak adanya konsumen menjawab pernyataan sangat setuju untuk di Super Indo Godean dikarenakan pernah terjadinya kekosongan *stock* (persediaan) beras organik di Super Indo Godean.

Selanjutnya, sebagian besar responden Super Indo Godean dan Pamella Satu setuju atas pernyataan terdapat beberapa jenis beras organik yang dipasarkan, yaitu sebesar 43,3% dari setiap pasar modern. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4 dan tabel 5 dimana beras organik yang tersedia terdapat beberapa jenis yaitu sebanyak 12 jenis di Super Indo Godean dan sebanyak 17 jenis di Pamella Satu.

Begitupun untuk pernyataan terdapat beberapa ukuran beras organik sehingga dapat mempermudah konsumen dalam menentukan jumlah pembelian, sebagian besar responden di Super Indo Godean yaitu sebesar 43,3% dan Pamella Satu sebesar 46,7% setuju dengan pernyataan tersebut. Dimana beras organik di Super Indo Godean tersedia dari ukuran 0,8-2 kg per bungkusnya dan di Pamella Satu tersedia dari ukuran 0,5-5 kg per bungkusnya.

c. Kesadaran Kesehatan

Kesadaran konsumen terhadap kesehatan menentukan gaya hidup yang diterapkan. Konsumen yang sadar akan kesehatan akan memilih sumber makanan yang baik bagi tubuh. Berikut merupakan sebaran konsumen beras organik berdasarkan kesadaran kesehatan.

Tabel 7. Sebaran responden berdasarkan kesadaran kesehatan

No	Indikator	Pernyataan (Super Indo)					Pernyataan (Pamella)				
		STS	TS	CS	S	SS	STS	TS	CS	S	SS
1.	Saya sangat mengutamakan kesehatan saya, sehingga saya memilih beras organik sebagai makanan pokok	0	2	7	19	2	0	1	5	17	7
		0%	6,7%	23,3%	63,3%	6,7%	0%	3,3%	16,7%	56,7%	23,3%
2.	Beras organik memiliki manfaat yang lebih baik bagi kesehatan daripada beras anorganik	0	0	5	22	3	0	0	4	13	13
		0%	0%	16,7%	73,3%	10%	0%	0%	13,4%	43,3%	14,3%
3.	Dengan mengkonsumsi beras organik dapat meningkatkan kesehatan	0	0	4	19	7	0	0	5	14	11
		0%	0%	13,4%	63,3%	23,3%	0%	0%	16,7%	46,6%	36,7%

Dari tabel 7, diketahui bahwa sebagian besar responden di Super Indo Godean setuju atas pernyataan: Saya sangat mengutamakan kesehatan saya sehingga saya memilih beras organik sebagai makanan pokok yaitu sebesar 63,3%, beras organik memiliki manfaat yang lebih baik dari beras anorganik sebesar 73,3%, dan dengan mengkonsumsi beras organik dapat meningkatkan kesehatan sebesar 63,3%. Dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden di Super Indo Godean sadar akan kandungan kesehatan dari beras organik.

Begitupun dengan responden di Pamella Satu, sebagian besar responden setuju dari tiga pernyataan faktor kesadaran kesehatan, namun, tidak berbeda jauh untuk pernyataan beras organik memiliki manfaat yang lebih baik dari beras anorganik, dan dengan mengkonsumsi beras organik dapat meningkatkan kesehatan, sebagian besar responden sangat setuju atas pernyataan tersebut yaitu sebesar 43,3% dan 36,7%. Hal ini dapat disebabkan dari informasi yang dicari responden dan pada keterangan label kemasan beras organik, sehingga konsumen akan sadar terhadap kandungan beras organik yang baik bagi kesehatan.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan data untuk regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 8. Hasil analisis regresi linier berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t Hitung	Sig
Harga (X1)	3,894	0,617	0,540
Merek (X2)	-11,735	-1,591	0,513
Ketersediaan Produk (X3)	16,833	3,177	0,002
Kesadaran Kesehatan (X4)	8,937	1,263	0,212
Constanta		-18,171	
R square		0,214	
F hitung		3,735	
Sig. F hitung		0,009	

Berdasarkan hasil pengolahan data tabel 25 diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diketahui F hitung sebesar 3,735 lebih besar dari F tabel sebesar 2,77 maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel independen (harga, merek, ketersediaan produk, dan kesadaran kesehatan) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (minat beli).

b. Uji Determinasi (R^2)

Dari hasil perhitungan untuk nilai R^2 dengan program SPSS nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,214. Hal ini berarti bahwa 21,4% minat beli beras organik benar-benar dipengaruhi oleh variabel independen (harga, merek, ketersediaan produk, dan kesadaran kesehatan), sedangkan sisanya yaitu sebesar 78,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

c. Koefisien regresi variabel harga ($X_1 = 3,894$)

Koefisien regresi variabel harga (X_1) terhadap minat beli (Y) bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa apabila konsumen merasakan kenaikan skor harga (X_1) yang dikarenakan peningkatnya harga beras organik menggambarkan kesesuaian dengan kualitas dan manfaat beras organik, maka minat beli akan semakin meningkat. Hasil t hitung menunjukkan 0,617 dengan tingkat signifikansi 0,540. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara uji harga terhadap minat beli. Artinya konsumen sudah tidak memperhatikan harga beras organik, karena sudah yakin terhadap manfaat dan kualitas beras organik.

d. Koefisien regresi variabel merek ($X_2 = -11,735$)

Koefisien regresi variabel merek (X_2) terhadap minat beli (Y) bernilai negatif, sehingga dapat dikatakan bahwa apabila konsumen merasakan penurunan skor merek (X_2) yang dikarenakan tidak adanya keberagaman merek yang tersedia, tidak adanya jaminan mutu yang diberikan produsen, dan tidak adanya kualitas produk beras organik, maka minat beli akan meningkat. Sehingga dapat diartikan bahwa dalam melakukan pembelian beras organik, konsumen tidak memperhatikan faktor merek. Hasil t hitung menunjukkan -1,591 dengan tingkat signifikansi 0,513. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara uji merek terhadap minat beli, artinya dalam melakukan pembelian beras organik, konsumen sudah tidak memperhatikan merek lain karena sudah memiliki merek beras organik tertentu.

e. Koefisien regresi ketersediaan produk ($X_3 = 16,833$)

Koefisien regresi variabel ketersediaan produk (X_3) terhadap minat beli (Y) bernilai positif, sehingga dapat dikatakan apabila konsumen merasakan peningkatan skor ketersediaan produk (X_3) yang dikarenakan produk beras organik selalu tersedia, terdapat beberapa jenis beras organik, dan terdapat beberapa ukuran beras organik, maka minat beli akan meningkat. Hasil t hitung menunjukkan 3,177 dengan tingkat signifikansi 0,002. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara uji ketersediaan produk terhadap minat beli, artinya semakin tersedianya produk beras organik yang diinginkan, maka konsumen akan semakin berminat untuk membeli beras organik di pasar modern. Menurut Loudon dan Bitta (1993) dalam Wathani (2009) faktor yang mempengaruhi pembelian tidak terencana (impulsif) salah satunya karena karakteristik pemasaran yang terdiri dari distribusi. Pendistribusian produk yang dilakukan secara *continue* (terus-menerus) akan mempengaruhi

pembelian impulsif, artinya konsumen melakukan pembelian tidak terencana terhadap beras organik di pasar modern karena produk beras organik di pasar modern selalu tersedia.

f. Koefisien regresi variabel kesadaran kesehatan ($X_4 = 8,937$)

Koefisien regresi variabel kesadaran kesehatan (X_4) terhadap minat beli (Y) bernilai positif, sehingga dapat dikatakan apabila konsumen merasakan peningkatan skor kesadaran kesehatan (X_4) yang dikarenakan konsumen mengutamakan kesehatan, beras organik memiliki manfaat yang lebih baik daripada anorganik, dan dengan mengkonsumsi beras organik dapat meningkatkan kesehatan, maka minat beli akan meningkat pula. Hasil t hitung menunjukkan 1,263 dengan tingkat signifikansi 0,212. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara uji kesadaran kesehatan terhadap minat beli. Hasil uji t kesadaran kesehatan dapat dijelaskan bahwa kesadaran konsumen akan kesehatan tidak hanya dengan mengkonsumsi beras organik, banyak hal lain yang dapat mencerminkan kesadaran kesehatan oleh konsumen seperti gaya hidup sehat dengan berolah raga, istirahat cukup dan mengkonsumsi sumber makanan lain yang baik bagi kesehatan.

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, terdapat sebanyak 14 orang responden atau sebesar 47% persen responden di Super Indo Godean sangat berminat untuk membeli beras organik dan ditunjukkan dengan sebanyak 12 orang responden melakukan pembelian beras organik. Disamping itu, sebagian besar responden, yaitu sebanyak 25 orang atau sebesar 83% responden di Pamella Satu juga sangat berminat untuk membeli beras organik yang ditunjukkan dengan sebanyak 22 orang responden melakukan pembelian beras organik. Dapat dikatakan bahwa minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern sebagian besar masuk pada kategori sangat berminat, dan berminat. Hanya sedikit responden yang tidak berminat maupun sangat tidak berminat.
2. Dari hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, diketahui bahwa minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern yogyakarta secara bersama-sama dipengaruhi oleh faktor harga, merek, ketersediaan produk dan kesadaran kesehatan, namun hanya faktor ketersediaan produk yang berpengaruh secara nyata terhadap minat beli sehingga mempengaruhi pembelian impulsif (tidak terencana). Faktor harga, merek, dan kesadaran kesehatan tidak berpengaruh secara nyata terhadap minat beli. Harga tidak mempengaruhi karena konsumen sudah tidak lagi memperhatikan harga beras organik karena sudah yakin terhadap manfaat dan kualitas beras organik. Merek tidak mempengaruhi karena konsumen sudah tidak memperhatikan merek beras organik lain dan sudah memiliki merek beras organik tertentu, serta kesadaran kesehatan juga tidak mempengaruhi karena untuk sadar akan kesehatan, tidak hanya ditunjukkan dengan mengkonsumsi beras organik, masih ada gaya hidup lain yang dapat menggambarkan kesadaran konsumen terhadap kesehatan seperti olahraga, istirahat teratur, dan mengkonsumsi makanan sehat lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Andoko, Agus. 2002. *Budidaya Padi Secara Organik*. Penebar Swadaya. Jakarta.

FiBL-IFOAM. 2012. *Statistic Data Tables Dynamic World* (serial online). Available from: ©FiBL 2014://www.organic-world.net

Kurnia, Vita, Budi Setiawan, & Ratya Anindita. 2014. *Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Program Community Development (Kasus Produk Beras Organik “Lumpang Berlian” Agroindustri Sumber Makmur Desa Sumbergepoh, Lawang, Malang)*. Universitas Brawijaya. Malang. Vol. XXV No. 1.

Tribun Jogja. 2011 (online). Available from: www.jogja.tribunnews.com (diakses pada, 14 Januari 2017)

Wathani, Fikrah. 2009. *Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau Dari Peran Gender*. Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Sumatera Utara.