

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU BELI**

**MAKANAN ORGANIK LAUT**

**(Studi Kasus Konsumen Ikan Laut di Kabupaten Purbalingga)**

**JURNAL SKRIPSI**



Ditulis Oleh :

Nama : Muhammad Yafie Afrizal

Nomor Mahasiswa : 10311551

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2016**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
MAKANAN ORGANIK LAUT (Studi Kasus Konsumen Ikan Laut di  
Kabupaten Purbalingga)**

MUHAMMAD YAFIE AFRIZAL

Fakultas Ekonomi – Universitas Islam Indonesia

Email: [muyafaz@gmail.com](mailto:muyafaz@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi terhadap pembelian aktual melalui minat beli pada ikan laut. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode survey dengan kuisioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih satuan sampling atas dasar pertimbangan sekelompok pakar di bidang ilmu yang sedang diteliti. Responden adalah masyarakat yang berada di Kabupaten Purbalingga. Total responden penelitian ini adalah 300 orang. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Analisis data menggunakan analisis *Structural Equation Model (SEM)* dengan menggunakan AMOS.21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *persepsi* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap *minat beli* baik secara keseluruhan maupun secara parsial, dan *minat beli* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perilaku beli* baik secara keseluruhan maupun parsial. Dari hasil analisis tersebut, maka penting bagi produsen ikan laut untuk meningkatkan fasilitas dan prasarana penjualan, sehingga konsumen merasa nyaman dan mudah untuk mendapatkan ikan laut sebagai produk ramah lingkungan dan memiliki kandungan gizi cukup tinggi.

**Kata kunci :** *Persepsi Konsumen, Minat Beli, Pembelian Aktual*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki potensi kekayaan kelautan yang berlimpah, salah satunya adalah perikanan laut. Namun konsumsi ikan laut masyarakat Indonesia masih sangat rendah dibandingkan dengan negara-negara tetangga di ASEAN. Padahal ikan laut memiliki kandungan gizi yang sangat tinggi, karena ikan laut mengandung protein sampai dengan 24%, lemak tak jenuh, mineral serta vitamin A, B, C, D, E dan K (dkpkabupatenbanyuwangi, 2013). Ikan laut sebagai makanan bergizi sangat penting bagi tubuh manusia agar dapat dihasilkan manusia atau keluarga yang sehat dan cerdas, sehingga pada gilirannya dapat meningkatkan produktivitas dalam pembangunan negara dan meningkatkan kesejahteraan perekonomian nasional bangsa Indonesia. Terkait hal tersebut potensi perikanan laut di Indonesia masih belum bisa dimanfaatkan secara maksimal, besarnya potensi tersebut tidak diikuti dengan konsumsi ikan dalam negeri yang tinggi pula. Rendahnya tingkat konsumsi ikan per kapita masyarakat Indonesia dibandingkan negara lain, disebabkan oleh dua hal yang terkait dengan lemahnya sisi ketersediaan (*supply*) dan rendahnya tingkat permintaan (*demand*). Ada beberapa variabel yg akan diteliti oleh peneliti terkait konsumsi ikan laut masyarakat Indonesia khususnya di Kabupaten Purbalingga, antara lain persepsi, minat beli, dan pembelian aktual. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) mengartikan bahwa persepsi adalah proses meyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti tentang dunia. Minat beli adalah evaluasi dan sikap konsumen terhadap produk dengan melihat faktor eksternal sehingga berdampak pada kesediaan konsumen untuk membeli produk (Wen and Li, 2013). Meskipun merupakan pembelian yang belum tentu akan dilakukan pada masa mendatang namun pengukuran terhadap minat beli umumnya dilakukan guna memaksimumkan prediksi terhadap pembelian aktual itu sendiri Perilaku pembelian konsumen adalah perilaku pembelian konsumen akhir (individu dan rumah tangga) yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi (Kotler dan Amstrong, 2003 : 220). Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Beli Makanan Organik (Studi Kasus Konsumen Ikan Laut di Kabupaten Purbalingga)**”.

### Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kesehatan makanan organik laut terhadap minat beli? (2) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara keamanan makanan organik laut terhadap minat beli? (3) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara ramah lingkungan makanan organik laut

terhadap minat beli? (4) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara kualitas makanan organik laut terhadap minat beli? (5) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara minat untuk membeli makanan organik laut terhadap perilaku beli?

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Definisi Makanan Organik**

Makanan organik adalah makanan yang ditumbuhkan dan disimpan tanpa pupuk buatan, pestisida buatan maupun zat pengawet, zat pewarna ataupun zat penyedap, termasuk daging binatang yang dipelihara tanpa obat-obatan kimiawi (Bernard, 2011). Yang digolongkan sebagai makanan organik adalah makanan yang paling murni, ditanam atau diproduksi tanpa bantuan zat kimiawi. Kata “organik” merupakan tanda adanya komitmen kepada pertanian yang sesedikit mungkin mengganggu lingkungan.

### **Persepsi Masyarakat**

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) mengartikan bahwa: “persepsi adalah proses meyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti tentang dunia”. Sedangkan menurut Robbins dan Judge (2008) mengemukakan bahwa: “persepsi adalah sebuah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka”.

### **Perilaku Beli**

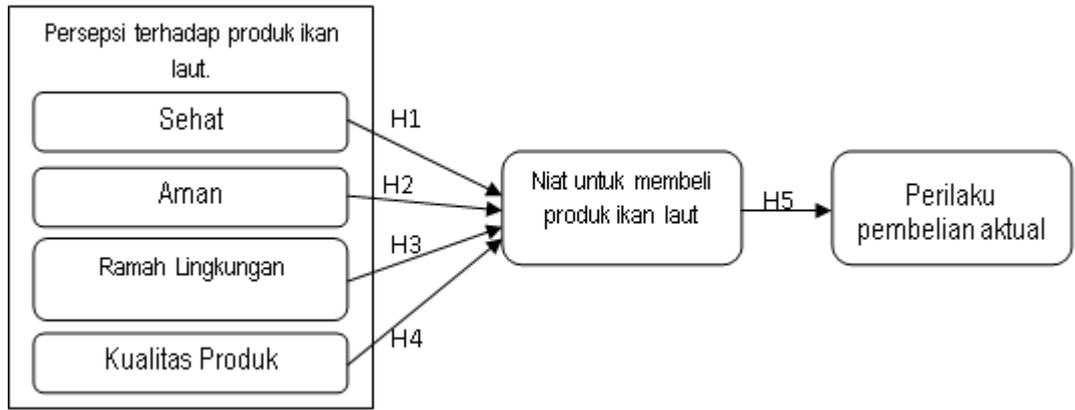
Perilaku pembelian konsumen adalah perilaku pembelian konsumen akhir (individu dan rumah tangga) yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi (Kotler dan Armstrong, 2003 : 220). Pengambilan keputusan konsumen bervariasi dengan jenis keputusan pembelian. Pembelian yang kompleks dan mahal mungkin melibatkan banyak pertimbangan pembeli dan lebih banyak peserta. Djaslim Saladin (2003:17) mengemukakan empat jenis perilaku pembelian yang dilakukan oleh konsumen, antara lain: (1) Perilaku pembeli yang kompleks (2) Perilaku pembeli yang mengurangi kebiasaan atau ketidakefisienan (3) Perilaku pembeli yang mencari keragaman (4) Perilaku pembeli yang berdasarkan kebiasaan.

### **Minat Beli**

Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat beli (*willingness to buy*) dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bila pembeli bermaksud untuk membeli produk. Segala sesuatu menjadi sama, minat beli secara positif berhubungan terhadap persepsi keseluruhan pada akuisisi dan transaksi nilai (Monroe, dan Krishnan, 1998).

### **Kerangka Pemikiran**

Dari pemaparan kajian teoritik dan hipotesis di atas, maka ditemukan kerangka pikir seperti gambar berikut :



## METODOLOGI PENELITIAN

### Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah di Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Alasan memilih Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah karena untuk memudahkan penulis melakukan penelitian serta daerah ini memiliki penduduk yang sangat dinamis, cepat tanggap serta peka terhadap produk organik.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari keseluruhan objek yang akan diteliti (Boedijoewono, 2001). Menurut Sekaran (2006) menambahkan bahwa populasi mengacu pada keseluruhan kelompok, kejadian atau sesuatu hal yang ingin diteliti. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah yang membeli ikan laut.

### Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari. Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan pada 300 responden.

### Hasil Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata pada variabel persepsi terhadap kesehatan makanan organik laut yang memiliki nilai rata-rata 3,00 (baik), persepsi terhadap keamanan makanan organik laut nilai rata-rata sebesar 3,00 (baik), persepsi terhadap ramah lingkungan makanan organik laut nilai rata-rata sebesar 2,90 (baik), persepsi terhadap kualitas makanan organik laut nilai rata-rata sebesar 2,53 (baik), minat beli value nilai rata-rata sebesar 2,75 (baik), dan perilaku pembelian nilai rata-rata sebesar 2,89 (baik).

### Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas angket dilakukan menggunakan *Pearson Correlation*, dihitung dengan menggunakan komputer program SPSS versi 17.0. dengan menggunakan data sebanyak 300 responden. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki koefisien korelasi Pearson Product Moment  $> r$  tabel (0,306), (Sugiyono, 2013). Hasil uji validitas disajikan pada tabel 1 berikut :

Tabel 1  
Hasil Uji Validitas

Var.	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.	Var.	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
------	------	--------------	-------------	------	------	------	--------------	-------------	------

P.Kes	S1	0.694	0.3	Valid	P.	K1	0.737	0.3	valid
	S2	0.819	0.3	Valid	Kua	K2	0.684	0.3	valid
	S3	0.664	0.3	Valid		K3	0.397	0.3	valid
	S4	0.613	0.3	Valid		K4	0.738	0.3	valid
	S5	0.762	0.3	Valid		K5	0.631	0.3	valid
	S6	0.686	0.3	Valid		K6	0.667	0.3	valid
	S7	0.755	0.3	Valid	N.	N1	0.596	0.3	valid
P.	A1	0.903	0.3	Valid	Beli	N2	0.596	0.3	valid
Keam	A2	0.718	0.3	Valid		N3	0.706	0.3	valid
	A3	0.942	0.3	Valid		N4	0.731	0.3	valid
	A4	0.953	0.3	Valid		N5	0.783	0.3	valid
	A5	0.955	0.3	Valid		N6	0.857	0.3	valid
P.	RL1	0.721	0.3	Valid		N7	0.668	0.3	valid
Ram	RL2	0.709	0.3	Valid	P.	PB1	0.812	0.3	valid
Ling	RL3	0.380	0.3	Valid	Beli	PB2	0.769	0.3	valid
	RL4	0.778	0.3	Valid		PB3	0.737	0.3	valid
	RL5	0.906	0.3	Valid		PB4	0.84	0.3	valid
	RL6	0.856	0.3	Valid		PB5	0.826	0.3	valid
	RL7	0.916	0.3	Valid		PB6	0.819	0.3	valid
	RL8	0.905	0.3	Valid		PB7	0.880	0.3	valid
	RL9	0.706	0.3	Valid		PB8	0.587	0.3	valid
						PB9	0.927	0.3	valid
						PB10	0.835	0.3	valid

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang terdiri dari masing-masing variabel dapat dinyatakan valid karena seluruh variabel memiliki nilai r hitung > r tabel (0,306), sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan yang terkandung dalam kuisioner dapat dinyatakan valid.

## Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan *Cronboach's Alpha*, dimana tingkat signifikan yang dipakai adalah 5% dengan dasar pengambilan keputusan. Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki *Cranboach Alpha Coefisien* di atas 0,6 (Ghozali, 2005). Hasil uji reliabilitas pertanyaan tentang variabel persepsi, minat beli, dan perilaku pembelian dapat diringkas sebagaimana yang tersaji dalam Tabel 2 berikut :

Tabel 2  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha corbach	Nilai Batas Minimum	Keterangan
Persepsi tentang sehat	0.836	0.6	Reliabel
Aman	0.940	0.6	Reliabel
Ramah lingkungan	0.916	0.6	Reliabel
Kualitas	0.725	0.6	Reliabel
Minat beli	0.826	0.6	Reliabel
Perilaku beli	0.939	0.6	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam Tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Dengan mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Ghozali (2005) semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan

sebagai berikut :

1. Persepsi terhadap kesehatan produk ikan laut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.19 dengan koefisien path positif 0,196 dan  $p\text{-value}=0,000<0,05$ . Hal ini berarti semakin tinggi persepsi tentang kesehatan maka semakin besar pula minat beli konsumen pada ikan laut di Kabupaten Pabalingga.

2. Persepsi terhadap keamanan/keselamatan produk ikan laut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.19 dengan koefisien path positif 0,243 dan  $p\text{-value}=0,000<0,05$ . Hal ini berarti semakin tinggi persepsi tentang keamanan/keselamatan ikan laut maka semakin besar pula minat beli konsumen pada ikan laut di Kabupaten Pubalingga.
3. Persepsi terhadap ramah lingkungan produk ikan laut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.19 dengan koefisien path positif 0,316 dan  $p\text{-value}=0,000<0,05$ . Hal ini berarti semakin tinggi persepsi tentang produk ramah lingkungan maka semakin besar pula minat beli konsumen pada ikan laut di Kabupaten Pubalingga.
4. Persepsi terhadap kualitas produk ikan laut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.19 dengan koefisien path positif 0,425 dan  $p\text{-value}=0,000<0,05$ . Hal ini berarti semakin tinggi persepsi tentang kualitas maka semakin besar pula minat beli konsumen pada ikan laut di Kabupaten Pubalingga.
5. Minat untuk membeli produk ikan laut berpengaruh positif dan signifikan mempengaruhi perilaku pembelian dari produk. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.19 dengan koefisien path positif 0,302 dan  $p\text{-value}=0,000<0,05$ . Hal ini berarti semakin tinggi minat beli maka semakin meningkat perilaku pembelian dari produk ikan laut di Kabupaten Pubalingga.

## Saran

Pemerintah harus bisa memanfaatkan dan mengembangkan potensi kekayaan kelautan yang dimiliki negara Indonesia, salah satunya dengan meningkatkan perdagangan ikan laut guna menekan arus impor daging sapi dari luar negeri. Apabila hal ini dilakukan maka perekonomian negara bisa meningkat. Salah satu cara yang bisa dilakukan pemerintah yaitu melakukan program penyuluhan atau sosialisasi kepada masyarakat tentang ikan laut yang lebih banyak manfaatnya dan aman untuk kesehatan dibandingkan daging sapi, kambing, dll. Untuk mendukung program tersebut pemerintah hendaknya mengembangkan pasar tradisional dengan meningkatkan fasilitas dan prasarana khususnya bagi nelayan dan penjual ikan laut, sehingga masyarakat merasa nyaman dan mudah untuk mendapatkan ikan laut sebagai produk yang ramah lingkungan dan memiliki kandungan gizi cukup tinggi.

## Daftar Pustaka

Wahyuni, M. 2007. *Pemanfaatan hasil perikanan secara Efisien Menuju Perbaikan Daya Saing Produk melalui Pengembangan Teknologi*

*Pengolahan Non Konvensional*, Departemen Kelautan dan Perikanan: 125-14.

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, USU. Press, Medan

Boedijoewono, N. (2001). *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan Jilid 2*. Edisi Revisi. Yogyakarta: AMP YKPN.

Ghozali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural dan Aplikasi dengan Program Amos 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro