

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia berkontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi nasional. Sebagai negara agraris, Indonesia bergantung pada pertanian untuk menyediakan kebutuhan pangan bagi masyarakat dan mendukung perekonomian nasional. Hortikultura adalah salah satu sektor yang memiliki peranan mendukung pemenuhan asupan pangan dan gizi bagi masyarakat. Jenis tanaman hortikultura dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan tanaman berkhasiat obat. Sayuran sendiri merupakan sumber pangan yang sangat penting untuk mencukupi asupan gizi bagi masyarakat Indonesia, sebab di dalamnya terdapat beragam vitamin, mineral, serta serat yang memberikan manfaat besar bagi kesehatan tubuh. Sayuran dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan bagian yang dimanfaatkan, antara lain bagian daun (seperti bayam, kangkung, sawi, kubis, dan lainnya), bunga (seperti brokoli), batang (seperti asparagus, pakis, rebung), buah (seperti tomat, cabai, dan terong), serta umbi atau akar (seperti kentang, wortel, bawang, dan sebagainya) (Sundari, 2020).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Setiadi (2020), konsumsi sayuran yang cukup dapat membantu mengurangi risiko penyakit degeneratif, seperti hipertensi dan diabetes. Selain itu, sayuran juga berperan dalam mendukung pola makan sehat yang bergizi, yang secara berkelanjutan dapat memperbaiki kualitas hidup masyarakat seiring waktu.

Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang lebih mengutamakan kenyamanan dan efisiensi dalam berbelanja mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli sayuran. Menurut Kotler & Armstrong (2017), Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam menentukan apakah akan membeli suatu produk atau tidak melakukan pembelian terhadap suatu produk. Berbagai variabel yang berperan dalam keputusan konsumen dalam membeli barang atau jasa dipengaruhi oleh beberapa pertimbangan, seperti mutu produk, tingkat harga, serta popularitas atau familiaritas produk di kalangan masyarakat. Sementara itu Hapsawati (2017), berpendapat bahwa Keputusan pembelian merupakan tahapan yang dilalui konsumen secara sadar dalam menentukan pilihan untuk memperoleh suatu produk guna memenuhi kebutuhan serta keinginannya. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh sejumlah faktor, di antaranya adalah aspek budaya yang mencakup nilai budaya, subkultur, serta stratifikasi sosial. Faktor sosial juga turut berperan, seperti kelompok acuan, keluarga, peran sosial, dan status individu. Selain itu, faktor personal seperti usia, tahap siklus hidup produk, jenis pekerjaan, kondisi keuangan, kepribadian, gaya hidup, serta pandangan terhadap diri sendiri turut memengaruhi. Di samping itu, aspek psikologis seperti motivasi, persepsi, proses pembelajaran, keyakinan, dan sikap juga memberikan dampak terhadap perilaku konsumen. Pasar modern, seperti *supermarket* dan *hypermarket*, semakin populer di kalangan konsumen. Menurut Widyanti (2019), pasar modern memberikan kemudahan bagi konsumen dengan fasilitas yang lebih nyaman, seperti area parkir yang luas, suhu ruangan yang terkontrol, dan tingkat kebersihan yang lebih terjaga. Selain itu, Sayuran yang

tersedia di pasar modern cenderung memiliki mutu yang lebih terjaga karena telah melewati tahap penyortiran dan pengemasan yang lebih rapi, sehingga meningkatkan rasa percaya dan aman bagi konsumen. Meskipun pasar modern memberikan kenyamanan dan kualitas, harga kerap kali menjadi berperan sebagai aspek paling dominan dalam keputusan membeli sayuran.

Di Kota Baturaja terdapat Pasar Modern yang bernama Citimall Baturaja, yang menawarkan beragam produk untuk keperluan sehari-hari yang berkualitas termasuk sayuran segar. Kehadiran pasar modern ini menawarkan alternatif berbelanja yang lebih praktis dan nyaman bagi masyarakat Baturaja, yang sebelumnya cenderung bergantung pada pasar tradisional. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri, mengingat kualitas dan kebersihan produk yang ditawarkan lebih terjaga dibandingkan dengan pasar tradisional.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Setyowati (2018), Konsumen umumnya lebih memilih lokasi belanja yang memberikan rasa nyaman dan menyediakan produk berkualitas, termasuk dalam hal sayuran. Dalam pasar modern seperti Citimall, sayuran segar biasanya ditata dengan baik dalam rak atau gerai khusus, yang menjaga kualitasnya tetap terjaga, mulai dari kebersihan hingga kesegarannya. Selain itu, dengan semakin berkembangnya teknologi dan sistem distribusi yang lebih efisien, pasar modern seperti Citimall Baturaja mampu menyediakan sayuran yang berasal dari berbagai daerah dengan kualitas yang lebih terjamin. Hal ini memberi nilai tambah bagi konsumen yang menginginkan kemudahan dalam berbelanja sayuran segar tanpa harus khawatir akan kualitas produk yang mereka beli.

Dari uraian latar belakang di atas, perilaku konsumen dalam membeli sayuran yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk, kenyamanan, dan gaya hidup modern. Sebagai negara agraris, sektor hortikultura, khususnya sayuran, memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan pangan dan gizi masyarakat. Kehadiran pasar modern seperti Citimall Baturaja menjadi alternatif baru bagi masyarakat yang sebelumnya bergantung pada pasar tradisional, karena menawarkan kemudahan, kebersihan, dan mutu produk yang lebih terjaga. Namun, belum banyak penelitian yang mengungkap secara spesifik faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayur di pasar modern, khususnya di Kecamatan Baturaja Timur. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami determinan keputusan konsumen, yang dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat bagi pelaku usaha di sektor ini.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan, berikut adalah rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian adalah:

1. Bagaimana pengaruh faktor sosial ekonomi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur di pasar modern Citimall Baturaja?
2. Faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran di pasar modern Citimall Baturaja?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis berbagai determinan yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayur di pasar modern adalah:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh faktor sosial ekonomi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur di pasar modern Citimall Baturaja.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayur di pasar modern Citimall Baturaja.

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, di antaranya sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha, Penelitian ini memberikan wawasan kepada pelaku usaha tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, sehingga mereka dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik konsumen.
2. Bagi Peneliti dan Akademisi, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti dan akademisi dalam memahami perilaku konsumen, khususnya dalam konteks pasar modern dan produk sayuran.
3. Bagi Konsumen, penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang lebih baik, dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas dan harga sayuran.
4. Bagi Produsen, penelitian ini dapat membantu produsen dalam mengembangkan promosi pemasaran yang lebih tepat sasaran dengan memahami preferensi dan perilaku konsumen.