

ANTESEDEN PERILAKU BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN: STUDI PERILAKU KONSUMEN MAKANAN ORGANIK

Tony Wijaya

E-mail: tonypascamm@yahoo.com

ABSTRACT

The issue of safe food has increased public awareness of the environmental crisis that requires everyone to have a healthy life and tend to naturally. Environmental problems occurred in Indonesia so far show that there is a tendency of environmental quality degradation. Understanding of factors whose role is to explain buying behavior of organic food is expected to be able to reduce environmental degradation. This research aims to examine a model which presents effects of attitude toward organic food, of subjective norm, of purchase behavioral control, and of purchase intention toward purchase behavior of organic food. Data collection method of this research used questionnaire, which was arranged through an exploration study. The sample of this research were housewives as last consumers from Yogyakarta, Jakarta, and Surabaya. The result of this research proves that attitude toward buying organic food, subjective norm, and purchase behavioral control significantly give positive effect for purchase intention toward organic food. Purchase behavioral control give positive effect but not significant for purchase behavior toward organic food. Purchase intention toward organic food significantly give positive effect for purchase behavior toward organic food.

Keywords: organic food, attitude toward, subjective norm, purchase behavioral control, purchase intention, purchase behavior

JEL classification: M31

PENDAHULUAN

Pola hidup sehat dengan slogan *back to nature* telah menjadi tren masyarakat dunia. Gerakan ini didasari bahwa segala sesuatu yang berasal dari alam adalah baik dan berguna serta menjamin adanya keseimbangan antara manusia dan alam (Chan, 2001). Manusia semakin menyadari bahwa penggunaan bahan-bahan kimia non alami seperti pestisida kimia dalam produksi pertanian menimbulkan efek negatif terhadap kesehatan manusia dan lingkungan. Sebagai contoh, berdasarkan hasil pemeriksaan sampel *cholonesterase* (uji petik darah) tahun 2006 oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Magelang, diketahui tingkat pencemaran pestisida pada tanah di Kabupaten Magelang telah mencapai 99,8% yang akan menyebabkan produk pertanian terkontaminasi bahan kimia yang merugikan kesehatan (Wawasan, 2009).

Studi terhadap 266 anak di Bronx Selatan dan Utara Manhattan New York Amerika Serikat menemukan adanya konsentrasi tinggi pestisida dalam darah -lebih tinggi 6,17 pg/gram- yang memicu penurunan pengembangan psikomotorik dan skor pengembangan mental pada anak usia tiga tahun. Penelitian University of Montreal di Quebec menunjukkan bahwa paparan pestisida yang digunakan pada makanan anak-anak seperti stroberi segar, seledri bisa meningkatkan risiko *Attention Deficit Hyperactivity Disorder* (ADHD) pada anak. Para ilmuwan di AS dan Kanada menemukan bahwa anak-anak dengan tingkat residu pestisida yang tinggi dalam urin mereka, rentan mengalami ADHD. ADHD adalah gangguan

perkembangan dalam peningkatan aktifitas motorik anak-anak. Gangguan ini berdampak pada masalah mental seperti cara berpikir, bertindak, dan merasa. Anak-anak yang mengalaminya akan bermasalah dengan konsentrasi dan pemusatan pikiran. Menurut kajian National Academy of Sciences pada tahun 2008, 28% sampel blueberry beku, 25% sampel stroberi segar, dan 19% sampel seledri mengandung residu pestisida. Paparan pestisida kebanyakan berasal dari buah-buahan dan sayuran segar sehingga ahli kesehatan menganjurkan untuk mengkonsumsi makanan organik (Noorastuti & Astuti, 2010).

Berbagai literatur kesehatan sebagian besar selalu menyarankan untuk mengkonsumsi makanan yang segar dan alami. Makanan yang baik adalah semua makanan segar yang memenuhi kebutuhan gizi tubuh, yaitu makanan yang mengandung unsur-unsur hidrat arang, protein, lemak, vitamin, mineral, air, dan zat-zat penting lainnya seperti serat, enzim, dan antioksidan. Makanan yang terkontaminasi oleh pestisida akan meninggalkan residu berbahaya yang terus menumpuk di dalam tubuh manusia. **Tren** mengkonsumsi makanan organik memang mulai meningkat seiring dengan kesadaran terhadap betapa pentingnya faktor makanan bagi kesehatan.

Pembelian makanan organik di Indonesia masih tergolong rendah. Hasil survey penelitian YLKI (2012) dengan 609 responden beberapa wilayah di Jakarta menunjukkan konsumen yang mengonsumsi beras organik sebesar 24%, mengonsumsi buah-buahan sebesar 17%, dan dalam bentuk bumbu-bumbu sebesar 3%. Konsumen tidak membeli makanan organik dengan alasan di antaranya harga yang mahal, keterjangkauan, dan akses tempat yang masih sangat sulit. Sementara 34% lainnya (205 orang) tidak mengetahui tentang pangan organik. Berdasarkan penelaahan penelitian konsumsi organik oleh YLKI menunjukkan masih rendahnya konsumsi pangan organik di Indonesia. Masalah akses dan keterjangkauan masih menjadi persoalan utama konsumen jika ingin mendapatkan produk pangan organik. Minimnya informasi, terkait tempat penjualan dengan harga yang terjangkau merupakan salah satu masalah yang harus dicarikan jalan keluarnya. Selama ini sebagian besar konsumen membeli produk pangan organik di ritel modern. Sedikitnya konsumen yang mencari produk di pasar tradisional, mungkin terkait dengan minimnya tempat

tersebut yang menyediakan produk pangan organik. Pemahaman faktor-faktor yang berperan menjelaskan perilaku membeli makanan organik diharapkan mampu mengurangi degradasi lingkungan melalui aspek konsumsi yang ramah lingkungan. Perilaku beli makanan organik dapat dijadikan sebagai sasaran dalam mengarahkan konsumsi yang ramah lingkungan serta perbaikan mutu hidup. Pentingnya pemahaman perilaku beli makanan organik dari sisi konsumen antarlain alasan kesehatan, kualitas hidup maupun alasan mengurangi degradasi lingkungan (Tsakiridou, 2008). Pemerintah perlu mengambil bagian dalam hal ini sebagai bagian dari regulasi dalam mengawasi produksi yang ramah lingkungan. Sosialisasi pengembangan pangan organik juga menjadi salah satu program departemen pertanian yaitu *go organic 2010* yang dilanjutkan dengan *go organic 2014*. Pangan organik sebagai produk yang ramah lingkungan merupakan salah satu upaya mengurangi degradasi kualitas lingkungan.

Beberapa studi perilaku konsumen berupaya mengidentifikasi faktor-faktor yang berperan bagi perilaku konsumen makanan organik. Studi-studi tersebut mencoba mengeksplorasi variabel-variabel yang menjadi anteseden bagi perilaku pembelian makanan organik. Beberapa temuan dalam penelitian perilaku konsumen makanan organik menegaskan adanya variabel anteseden terhadap perilaku pembelian makanan organik yaitu sikap konsumen (Aertsens *et al.*, 2009; Gracia & Magistris, 2007; Lodorfos & Dennis, 2008; Tarkiainen & Sundqvist, 2005; Wijaya & Hidayat, 2011), norma subjektif (Aertsens *et al.*, 2009; Lodorfos & Dennis, 2008; Sampson, 2009), kontrol perilaku (Aertsens *et al.*, 2009; Lodorfos & Dennis, 2008; Tarkiainen & Sundqvist, 2005; Wijaya & Hidayat, 2011). Perilaku menjaga kualitas lingkungan hidup sangat bergantung pada tingkat pengetahuan, sikap, dan nilai yang ada pada konsumen sebagai umat manusia (Chen & Chai, 2010).

Studi perilaku konsumen yang berkaitan dengan makanan organik telah dilakukan di beberapa negara maju seperti Swiss, Inggris, dan beberapa negara Asia maju lainnya. Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki karakteristik konsumen yang berbeda khususnya dalam sikap, gaya hidup, budaya dan nilai sehingga perlu dikaji lebih lanjut. Pertimbangan lainnya, prediksi suatu model dimungkinkan bervariasi pada

kondisi dan budaya (Bagozzi *et al.*, 2000) dan perilaku pembelian maupun konsumsi (Hempel & Jain, 2001). Studi ini dilengkapi desain penelitian eksplorasi yaitu wawancara dan *focus group discussion* sehingga menghasilkan amatan dan pengukuran yang lebih kontekstual sesuai karakteristik konsumen Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh simultan dan parsial dari variabel prediktor yang diteliti terhadap perilaku beli makanan organik sesuai dengan konteks konsumen Indonesia.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Banyak penelitian yang membuktikan bahwa perilaku berkaitan dengan sikap, bahkan dapat diprediksi dari sikap. Perhatian utama dalam *theory of planned behavior* atau teori perilaku terencana adalah pada intensi seseorang untuk melakukan suatu perilaku karena intensi merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya. Intensi dipengaruhi oleh tiga determinan dasar yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Model dalam penelitian ini mengacu pada model dasar teori perilaku terencana. Dalam perkembangan selanjutnya ditemukan bahwa prediksi perilaku itu dapat jauh lebih akurat apabila ukuran sikap bersifat spesifik, bukannya umum. Aspek-aspek yang terdapat dalam model perilaku terencana perlu dieksplorasi sesuai konteks yang diteliti. Menurut Ajzen (2005) perilaku individu bersifat kontinum dari kemampuan kontrol yang kecil yang kecil hingga kontrol yang besar.

Beberapa temuan dalam penelitian perilaku konsumen mendukung adanya pengaruh sikap terhadap perilaku terhadap intensi beli makanan organik (Gracia & Magistris, 2007; Wijaya & Hidayat, 2011). Para peneliti melakukan penelitian sikap untuk memperoleh kepastian peran sikap dalam menjelaskan perilaku secara akurat. Terbentuknya intensi dapat diterangkan dengan teori perilaku terencana yang mengasumsikan manusia selalu mempunyai tujuan dalam berperilaku. Sikap berperilaku merupakan dasar bagi pembentukan intensi. Pada sikap terhadap perilaku terdapat dua aspek pokok, yaitu keyakinan individu bahwa menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu akan menghasilkan akibat-akibat atau hasil-hasil tertentu, dan merupakan aspek pengetahuan

individu tentang obyek sikap dapat pula berupa opini individu hal yang belum tentu sesuai dengan kenyataan.

Semakin positif keyakinan individu akan akibat dari suatu obyek sikap, maka akan semakin positif pula sikap individu terhadap obyek sikap tersebut, demikian pula sebaliknya. Evaluasi berakibat pada perilaku penilaian yang diberikan individu terhadap setiap akibat atau hasil yang diperoleh oleh individu. Evaluasi atau penilaian individu dapat bersifat menguntungkan atau merugikan saat menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu. Semakin tinggi skor sikap terhadap makanan organik maka semakin tinggi intensi beli makanan organik.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara sikap membeli makanan organik dan intensi beli makanan organik (Aertsens *et al.*, 2009; Gracia & Magistris, 2007; Wijaya & Hidayat, 2011; Suprpto & Wijaya, 2012). Studi meta-analisis menunjukkan adanya hubungan sikap membeli makanan organik dengan intensi beli sebesar 0,497. Peneliti dalam studi pendahuluan menemukan secara operasional, evaluasi dan keyakinan konsumen dalam membeli makanan organik berdasarkan pada kesehatan, keamanan, kealamian, kesegaran, dan respon negatif yaitu tidak tahan lama atau gangguan serangga (Wijaya, 2013). Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Sikap membeli makanan organik berpengaruh positif terhadap intensi beli makanan organik

Peran norma subjektif terhadap intensi menggunakan istilah *motivation to comply* untuk menggambarkan fenomena berikut ini, yaitu apakah individu mematuhi pandangan orang lain yang berpengaruh dalam hidupnya atau tidak. Semakin tinggi motivasi individu mematuhi pandangan ataupun peranan orang lain dalam membeli makanan organik maka semakin tinggi intensi untuk membeli makanan organik. Engel *et al.*, (2005) mengemukakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial yaitu faktor-faktor disekitar yang berperan sebagai fungsi sosial bagi konsumen seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status. Kelompok acuan mempunyai pengaruh kuat atas pilihan produk dan pilihan merek bagi konsumen karena merupakan model dalam berperilaku. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam

masyarakat dan menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh dalam pembelian karena paling dekat dengan individu terutama di Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara norma subjektif dan intensi beli makanan organik (Aertsens *et al.*, 2009; Sampson, 2009; Wijaya & Hidayat, 2011). Studi meta-analisis menunjukkan adanya hubungan norma subjektif dengan intensi beli sebesar 0,325. Peneliti dalam studi pendahuluan menemukan secara operasional norma subjektif yang berperan bagi konsumen untuk membeli makanan organik yaitu teman atau rekan kerja, dan kerabat (Wijaya, 2013). Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap intensi beli makanan organik.

Selain sikap dan norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan merupakan kondisi dimana individu percaya bahwa suatu perilaku mudah atau sulit untuk dilakukan. Ini mencakup juga pengalaman masa lalu di samping rintangan-rintangan yang ada yang dipertimbangkan oleh individu tersebut. Kontrol keperilakuan sangat memperhatikan beberapa kendala realistis yang mungkin ada. Kekuatan kontrol perilaku tergantung pada keyakinan individu mengenai ketersediaan sumber daya maupun kesempatan untuk berperilaku. Semakin banyak sumber daya dan kesempatan yang diyakini mampu dikendalikan oleh individu maka semakin tinggi intensi untuk berperilaku.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara kontrol perilaku dan intensi beli makanan organik (Aertsens *et al.*, 2009; Wijaya & Hidayat, 2011; Suprpto & Wijaya, 2012). Untuk menampilkan niat membeli makanan organik, konsumen mempertimbangkan faktor-faktor yang memudahkan atau mempersulit konsumen membeli makanan organik seperti ketersediaan di pasar, harga makanan, aspek keuangan konsumen, dan adanya informasi keaslian produk (Wijaya, 2013). Studi meta-analisis menunjukkan adanya hubungan kontrol perilaku dengan intensi beli sebesar 0,512. Semakin tinggi keyakinan individu untuk mengendalikan faktor-faktor kontrol perilaku maka semakin tinggi intensi beli. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap

intensi beli makanan organik

Secara langsung kontrol keperilakuan memiliki peran terhadap perilaku dan tidak langsung melalui intensi beli (Ajzen, 2005; 2008). Perilaku ditentukan oleh keyakinan individu mengenai ketersediaan sumber daya dan kesempatan yang berkaitan dengan perilaku tertentu. Apabila individu memiliki kontrol perilaku yang dirasakan tinggi maka ia akan mengetahui tindakan yang perlu dilakukan. Kontrol perilaku sangat berhubungan dengan dilakukan atau tidak dilakukannya sebuah perilaku. Peneliti dalam studi pendahuluan menemukan secara operasional kontrol perilaku yang dirasakan konsumen untuk membeli makanan organik yaitu ketersediaan penjual, kemudahan dalam mendapatkan makanan organik, harga makanan, aspek keuangan konsumen, dan informasi keaslian produk. Beberapa hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara kontrol perilaku seperti pendapatan (Taner & Kast, 2003) dengan perilaku membeli makanan organik. Untuk menampilkan perilaku membeli makanan organik, konsumen mempertimbangkan faktor-faktor yang memudahkan atau mempersulit konsumen membeli makanan organik. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4: Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap perilaku beli makanan organik

Model berdasarkan pengembangan teori perilaku terencana menjelaskan bahwa perilaku individu dapat diprediksi melalui intensi (Ajzen, 2008). Intensi merupakan prediktor yang baik bagi perilaku. Variabel intensi berperan terhadap perilaku karena intensi dianggap sebagai perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku. Intensi menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba (berupaya). Intensi juga menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan. Intensi adalah paling dekat berhubungan dengan perilaku selanjutnya.

Beberapa temuan parsial dalam penelitian perilaku konsumen hijau mendukung adanya pengaruh positif intensi beli makanan organik secara parsial terhadap perilaku membeli makanan organik (Chan, 2001; Bui, 2005; Magnusson *et al.*, 2001). Intensi berperan dalam memediasi pengaruh berbagai faktor yang berdampak pada perilaku. Intensi memainkan peranan yang khas dalam mengarahkan tindakan, yaitu

menghubungkan antara pertimbangan yang mendalam yang diyakini dan diinginkan oleh seseorang dengan tindakan tertentu. Studi meta-analisis melaporkan adanya hubungan antara intensi beli makanan organik dengan perilaku membeli makanan organik sebesar 0,49. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H5: Intensi beli berpengaruh positif terhadap perilaku beli makanan organik

Penelitian ini diawali melalui pengamatan empiris lapangan yaitu studi pendahuluan. Penelitian kasus dan eksperimen secara khusus tidak dilakukan oleh peneliti. Studi eksplorasi dilakukan untuk pemahaman konteks sikap yang berhubungan dengan makanan organik, norma subjektif dan aspek kontrol perilaku pembelian. Stimulus menggunakan survei pendahuluan melalui wawancara terbuka dengan responden yang melakukan pembelian makanan organik serta mengenal makanan organik. Hasil wawancara terbuka kemudian didiskusikan dalam *focus group discussion* (FGD). Hasil FGD kemudian disusun konstruk pengukuran variabel melalui item-item pertanyaan yang mengacu pada definisi operasional variabel. Item yang tersusun kemudian dilakukan uji coba, kemudian diuji menggunakan validitas konstruk (Wijaya, 2013).

Metode pengumpulan data awal yang digunakan dalam studi pendahuluan dilakukan dengan wawancara. Metode pengumpulan data selanjutnya dilakukan dengan survei menggunakan kuesioner. Desain survei ini dipilih dengan melibatkan sejumlah besar konsumen yang berdomisili di tiga kota, yaitu Jakarta, Yogyakarta, dan Surabaya sebagai sampel penelitian. Kuesioner yang didistribusikan sebanyak 750 kuesioner dan kuesioner yang diterima kembali sebanyak 610 kuesioner, namun yang dapat dianalisis hanya 516 kuesioner. Populasi penelitian yang digunakan sebagai sumber sampel adalah konsumen makanan organik. Teknik sampel menggunakan teknik non probabilitas dengan metode *purposive sampling* dan dipilih adalah konsumen yang mengetahui makanan organik dan melakukan pembelian untuk tujuan konsumsi keluarga, mengolah makanan atau memasak untuk konsumsi keluarga sehari-hari. Tataran data variabel penelitian yang dikumpulkan berbentuk skor data rentang (*interval*) atau menggunakan skala interval yaitu rentang 1-5. Metode analisis data dalam penelitian menggunakan analisis model persamaan

struktural atau disebut *Structural Equation Modeling* (SEM).

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data usia responden dapat diidentifikasi bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 36-40 tahun yang berada pada usia dewasa muda yaitu sebanyak 138 responden (26,7%). Secara berurutan responden yang berusia 26-30 tahun berjumlah 69 orang (13,4%), berusia 31-35 tahun berjumlah 93 orang (18,0%), berusia 41-45 tahun berjumlah 131 orang (25,4%), dan yang berusia di atas 45 tahun berjumlah 85 (16,5%). Berdasarkan tingkat pendidikan responden, dapat diidentifikasi bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan tinggi. Responden yang memiliki pendidikan SMU/setingkat sebanyak 52 orang (10,1%), pendidikan Diploma (D1-D3) sebanyak 57 orang (11,0%), pendidikan S1 sebanyak 241 orang (46,7%), pendidikan S2 sebanyak 163 orang (31,6%), dan pendidikan S3 sebanyak 3 orang (0,6%).

Data pekerjaan menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan wiraswasta yaitu sebanyak 211 responden (40,9%), pegawai negeri sipil sebanyak 85 responden (16,5%), pekerjaan pegawai swasta sebanyak 126 responden (24,4%), dan pekerjaan ibu rumah tangga sebanyak 94 responden (18,2%). Data tingkat pendapatan keluarga menunjukkan mayoritas responden tergolong menengah ke atas dengan pendapatan keluarga di atas Rp9.000.000 yaitu sebanyak 314 responden (60,9%). pendapatan Rp1.000.000-Rp3.000.000 sebanyak 4 responden (0,8%), pendapatan Rp3.000.100-Rp5.000.000 sebanyak 13 responden (2,75%), pendapatan Rp5.000.100-Rp7.000.000 sebanyak 74 responden (14,3%), dan pendapatan Rp7.000.100-Rp9.000.000 sebanyak 111 responden (21,5%).

Berdasarkan data uji normalitas diketahui bahwa semua data yang berasal dari data variabel manifes memiliki *critical ratio* atau nilai kritis di bawah $\pm 2,58$. Pada tabel 1 ditunjukkan nilai muatan faktor yang diukur dari variabel laten melalui masing-masing variabel terobservasi. Nilai muatan faktor berkisar dari 0,71-0,98 di atas 0,5.

Tabel 1
Muatan Faktor (*Factor Loading*)

Variabel terobservasi \ Variabel laten	Sikap membeli makanan organik (SB)	Norma subjektif (NS)	Kontrol perilaku (KP)	Intensi beli (IB)	Perilaku beli (PB)
SB1	0,92				
SB2	0,91				
SB3	0,89				
SB4	0,91				
NS1		0,71			
NS2		0,78			
NS3		0,72			
NS4		0,73			
KP1			0,79		
KP2			0,93		
KP3			0,89		
KP4			0,90		
IB1				0,79	
IB2				0,85	
IB3				0,85	
PB1					0,88
PB2					0,88

Reliabilitas diperlukan untuk ukuran internal konsistensi indikator suatu konstruk. Pendekatan untuk menilai model pengukuran adalah mengukur reliabilitas komposit dan ekstraksi varian. Mengacu pada formulasi tersebut dapat diketahui nilai reliabilitas komposit dan ekstraksi varian masing-masing variabel sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa koefisien reliabilitas komposit untuk masing-masing variabel berkisar dari 0,72 (sikap membeli makanan organik) hingga 0,94 (norma subjektif). Semua variabel berada di atas nilai penerimaan batas reliabilitas yaitu nilai minimum 0,7. Nilai ekstraksi varian berada pada tingkat batas penerimaan yaitu nilai minimum 0,5. Variasi nilai berkisar 0,54 (sikap membeli makanan organik) hingga 0,84

(perilaku beli).

PEMBAHASAN

Hasil uji kesesuaian model menggunakan *chi-square*, CMIN/DF, GFI, AGFI, RMSEA, TLI, CFI dan ECVI diringkas pada Tabel3:

Tabel 3 menunjukkan bahwa secara keseluruhan model penelitian *fit*. Secara keseluruhan nilai probabilitas sebesar $0,753 > 0,05$. Selain itu setelah diuji kecocokannya, nilai RMSEA, GFI, AGFI, TLI, dan CFI dibandingkan nilai acuan persamaan model struktural hasilnya baik. Hasil uji kausalitas model dalam penelitian ini secara lengkap sebagai berikut:

Tabel 2
Koefisien Reliabilitas Komposit dan Ekstraksi Varian

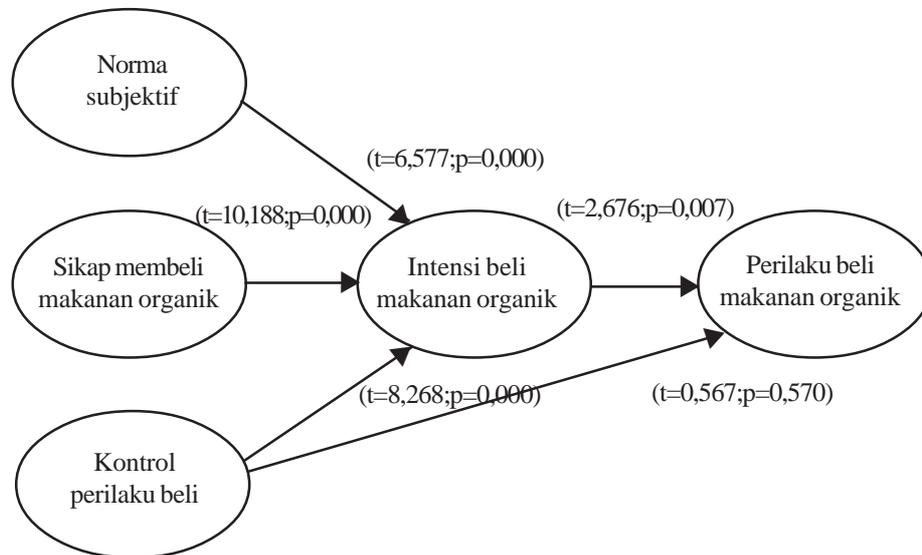
Variabel	I_i	e_i	Reliabilitas Komposit	Ekstraksi Varian
Norma subjektif (NS):			0,94	0,82
NS1	0,71	0,83		
NS2	0,78	0,79		
NS3	0,72	0,83		
NS4	0,73	0,85		
Sikap membeli makanan organik (SB):			0,72	0,54
SB1	0,92	0,53		
SB2	0,91	0,52		
SB3	0,89	0,61		
SB4	0,91	0,50		
Kontrol perilaku (KP):			0,91	0,77
KP1	0,79	0,62		
KP2	0,93	0,86		
KP3	0,89	0,79		
KP4	0,90	0,81		
Intensi beli (IB):			0,82	0,69
IB1	0,79	0,72		
IB2	0,85	0,72		
IB3	0,85	0,62		
Perilaku beli (PB):			0,93	0,84
PB1	0,88	0,96		
PB2	0,88	0,77		
PB3	0,98	0,77		

Sumber: Data diolah, 2013.

Tabel 3
Hasil Goodness of Fit Model Pengukuran

Indeks	Cut off Value	Hasil	Evaluasi Model
Probability	$e'' 0,05$	0,753	Baik
CMIN/DF	$d'' 2,00$	0,913	Baik
GFI	$e'' 0,90$	0,975	Baik
AGFI	$e'' 0,90$	0,968	Baik
RMSEA	$d'' 0,08$	0,000	Baik
TLI	$e'' 0,90$	1,002	Baik
CFI	$e'' 0,90$	1,000	Baik
ECVI	Default model < saturated model	0,390 < 0,664	Baik

Sumber: Data diolah, 2013



Gambar 1
Model Jalur

Tabel 4
Evaluasi Bobot Regresi Uji Kausalitas

Hipotesis	Variabel	Estimasi	CR	P
Hipotesis 1	SBàIB	0,318	10,188	0,000
Hipotesis 2	NSàIB	0,522	6,577	0,000
Hipotesis 3	KPàIB	0,160	5,409	0,000
Hipotesis 4	KPàPB	0,025	0,567	0,570
Hipotesis 5	IBàPB	0,567	8,268	0,000

Sumber: Data diolah, 2013

Keterangan:

- SB = Sikap membeli makanan organik
- NS = Norma subjektif
- KP = Kontrol perilaku
- IB = Intensi beli
- PB = Perilaku beli

Variabel sikap membeli makanan organik mempengaruhi intensi beli makanan organik secara positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas d'' 0,05. Dengan demikian, hipotesis 1 diterima. Variabel norma subjektif

mempengaruhi intensi beli makanan organik secara positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas d'' 0,05. Dengan demikian, hipotesis 2 diterima. Variabel kontrol perilaku beli mempengaruhi intensi beli makanan organik secara positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas d'' 0,05. Dengan demikian, hipotesis 3 diterima. Variabel kontrol perilaku mempengaruhi perilaku beli makanan organik secara positif namun tidak signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,570 lebih besar dari nilai probabilitas 0,05. Dengan demikian, hipotesis 4 ditolak. Variabel intensi beli makanan organik mempengaruhi perilaku beli makanan organik secara positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas d'' 0,05. Dengan demikian, hipotesis 5 diterima.

Berdasarkan nilai koefisien terstandar dapat diketahui bahwa pengetahuan organik dominan mempengaruhi sikap membeli makanan organik dibandingkan nilai orientasi alami manusia. Besarnya kontribusi variabel secara simultan terhadap variabel lainnya diringkas dalam Tabel 5:

Tabel 5
Koefisien Determinasi

Variabel yang mempengaruhi	Variabel yang dipengaruhi	Sumbangan efektif
Intensi beli		
Kontrol perilaku	Perilaku beli makanan organik	17,0%
Sikap terhadap makanan organik		
Kontrol perilaku	Intensi beli makanan organik	35,9%
Norma subjektif		

Sumber: Data diolah, 2013

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa variabel intensi beli dan kontrol perilaku memiliki kontribusi sebesar 17% terhadap perilaku beli makanan organik. Variabel sikap membeli makanan organik, norma subjektif, dan kontrol perilaku memiliki peran sebesar 35,9% terhadap intensi beli makanan organik.

Hasil temuan membuktikan adanya pengaruh sikap membeli makanan organik secara positif dan signifikan terhadap intensi beli makanan organik. Temuan tersebut mendukung hipotesis 1 yang diajukan dalam penelitian. Sikap membeli makanan organik berpengaruh signifikan terhadap intensi beli makanan organik. Hasil temuan konsisten dengan hasil temuan Aertsens *et al.*, (2009); Gracia & Magistris (2007); dan Wijaya & Hidayat (2011). Hasil temuan menjelaskan bahwa semakin kuat sikap membeli makanan organik maka semakin tinggi intensi beli, sebaliknya semakin lemah sikap membeli makanan organik maka semakin rendah juga intensi beli konsumen.

Sesuai konsep dasar teori perilaku terencana menunjukkan bahwa sikap merupakan prediktor yang baik bagi intensi berperilaku. Teori perilaku terencana menyebutkan bahwa intensi adalah fungsi dari determinan sikap terhadap perilaku, yang merupakan dasar bagi pembentukan intensi. Terwujud tidaknya intensi sangat tergantung pada faktor eksternal dan internal. Faktor internal tergantung pada keyakinan individu dalam berperilaku dan dapat tidaknya berperilaku sedangkan faktor eksternal merupakan stimulus yang mendorong individu untuk berperilaku. Semakin positif keyakinan individu akan akibat dari suatu obyek sikap, maka akan semakin positif pula sikap individu terhadap obyek sikap tersebut, demikian

pula sebaliknya. Evaluasi akan berakibat perilaku penilaian yang diberikan individu terhadap setiap akibat atau hasil yang diperoleh oleh individu. Apabila menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu, evaluasi, atau penilaian ini dapat bersifat menguntungkan atau merugikan. Konsumen yang memiliki sikap yang positif terhadap makanan organik berdasarkan keyakinan dan evaluasi akan mengkonsumsi makanan organik karena dianggap bermanfaat bagi mereka sehingga menstimulasi niat konsumen membeli makanan organik.

Hasil temuan membuktikan adanya pengaruh norma subjektif secara positif dan signifikan terhadap intensi beli makanan organik. Temuan tersebut mendukung hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian. Hasil temuan sesuai dengan hasil temuan Aertsens *et al.*, (2009); Gracia & Magistris (2007); Suprpto & Wijaya (2012); dan Wijaya & Hidayat (2011). Hasil temuan menjelaskan bahwa semakin tinggi norma subjektif maka semakin tinggi intensi beli, sebaliknya semakin rendah norma subjektif maka semakin rendah juga intensi beli konsumen.

Norma subjektif memuat dua aspek pokok yaitu aspek harapan norma referensi, merupakan pandangan pihak lain yang dianggap penting oleh individu yang menyarankan individu untuk menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu serta aspek motivasi kesediaan individu untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan pendapat atau pikiran pihak lain yang dianggap penting bahwa individu harus atau tidak harus berperilaku. Konsumen dalam memutuskan pembelian makanan organik mempertimbangkan model yang menjadi acuan serta kesediaan untuk mematuhi

harapan dari norma referensi untuk mengkonsumsi makanan organik yaitu anjuran anggota keluarga, rekan, maupun media yang dijadikan acuan seperti televisi dan majalah. Kelompok referensi tersebut yang menjadi stimulus konsumen dalam merespon pembelian makanan organik. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan menjadi obyek penelitian yang ekstensif (Engel *et al.*, 2005). Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh dalam pembelian karena paling dekat dengan individu terutama di Indonesia yang cenderung kolektif.

Pentingnya peran norma subjektif dalam konteks konsumen Indonesia dibuktikan dalam penelitian ini. Norma subjektif yang masih jarang dipertimbangkan dalam penelitian khususnya di Eropa membawa dampak perbedaan hasil dengan penelitian ini. Hal ini juga didukung oleh budaya di Indonesia yang cenderung lebih kolektif berbeda dengan budaya di masyarakat Barat yang cenderung lebih individualis. Masyarakat Indonesia masih memperhatikan pentingnya norma atau memandang apa yang seharusnya dilakukan atau diharapkan masyarakat. Harapan orang banyak atau masyarakat terkristalisasi dalam hal pengambilan keputusan konsumsi makanan organik.

Hasil temuan membuktikan adanya pengaruh kontrol perilaku secara positif dan signifikan terhadap intensi beli makanan organik. Temuan tersebut mendukung hipotesis 3 yang diajukan dalam penelitian. Hasil temuan konsisten dengan hasil temuan Aertsens *et al.*, (2009); Gracia & Magistris (2007); Suprpto & Wijaya (2012); dan Wijaya & Hidayat (2011). Hasil temuan menjelaskan bahwa semakin tinggi kontrol perilaku maka semakin tinggi intensi membeli, sebaliknya semakin rendah kontrol perilaku maka semakin rendah juga intensi membeli.

Kontrol perilaku memuat keyakinan individu yang berkaitan perasaan mampu atau tidak mampu dalam mengendalikan perilaku dan keyakinan mengenai ada atau tidaknya faktor-faktor yang memudahkan atau mempersulit individu untuk berperilaku. Dua faktor yang menentukan kontrol perilaku yaitu kekuatan faktor-faktor kontrol yaitu keyakinan individu mengenai adanya faktor-faktor yang ikut mempengaruhinya dalam mewujudkan perilaku dan daya pengaruh faktor-faktor

kontrol yaitu daya pengaruh faktor-faktor kontrol yang menentukan mudah tidaknya berperilaku. Untuk menampilkan niat membeli makanan organik, konsumen mempertimbangkan faktor-faktor yang memudahkan atau mempersulit konsumen membeli makanan organik seperti ketersediaan di pasar, harga makanan, aspek keuangan konsumen, dan adanya informasi keaslian (keabsahan) produk, berbeda dengan negara-negara lain seperti Eropa yang telah melegalisasi keabsahan produk organik dan tersedia secara luas karena tingkat produksi organik yang tinggi beserta distribusi yang merata.

Kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku beli makanan organik. Temuan hasil analisis data menolak hipotesis 4 yang diajukan dalam penelitian. Peran kontrol perilaku menjelaskan perilaku melalui intensi atau niat untuk membeli sehingga tidak berdampak langsung pada perilaku. Kontrol perilaku dapat mempengaruhi perilaku namun dengan mempertimbangkan motivasi untuk berperilaku yang ditunjukkan dengan intensi. Saat individu ragu akan kontrol diri untuk berperilaku menyebabkan kontrol perilaku tidak berdampak langsung pada perilaku yang ditunjukkan dengan garis putus-putus dalam kerangka hubungan kontrol perilaku dengan perilaku (model teori perilaku terencana). Sebaliknya, semakin tinggi keyakinan kontrol perilaku individu akan berdampak langsung pada perilaku.

Kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku beli makanan organik untuk konteks konsumen Indonesia. Berdasarkan studi eksplorasi sebelumnya, diperoleh informasi bahwa secara menyeluruh konsumen mempersepsikan adanya kesulitan dalam mengendalikan aspek-aspek kontrol perilaku seperti keabsahan atau keaslian makanan organik keuangan konsumen, dan ketersediaan di pasar karena saat ini mayoritas makanan organik hanya tersedia di pasar modern. Beberapa responden merasa ragu bahwa makanan organik yang sekedar diberi label organik adalah asli atau benar-benar organik. Konsumen membutuhkan jaminan atau indikator keabsahan bahwa produk yang dibeli merupakan produk organik. Hal ini yang menjadikan kontrol perilaku konsumen menjadi rendah sehingga tidak berdampak pada perilaku secara langsung.

Hasil temuan menunjukkan adanya pengaruh intensi beli secara positif dan signifikan terhadap

perilaku beli makanan organik atau pembelian aktual makanan organik. Intensi beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku beli. Temuan hasil analisis data mendukung hipotesis 5 yang diajukan dalam penelitian. Hasil temuan konsisten dengan penelitian Bui (2005); Chan (2001); dan Magnusson *et al*, (2001). Hasil menunjukkan semakin tinggi intensi membeli maka semakin tinggi perilaku beli makanan organik, sebaliknya semakin rendah intensi membeli maka semakin rendah juga perilaku membeli makanan organik. Intensi merupakan prediktor yang kuat bagi perilaku sesuai model dasar teori perilaku terencana. Intensi berperan terhadap perilaku karena intensi dianggap sebagai perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku, intensi menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba berupaya, intensi juga menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan, dan intensi adalah paling dekat berhubungan dengan perilaku selanjutnya. Intensi anteseden langsung terhadap perilaku sehingga memiliki konsistensi yang tinggi dengan perilaku, meskipun tinggi rendahnya intensi sangat tergantung dari stimulus faktor internal seperti sikap dan mudah tidaknya berperilaku dan faktor eksternal seperti pengaruh lingkungan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan terdapat kesesuaian antara model perilaku membeli makanan organik dengan data penelitian yang menggambarkan pengaruh sikap terhadap makanan organik, norma subyektif, kontrol perilaku, dan intensi membeli terhadap perilaku membeli makanan organik. Hal ini didukung dengan persyaratan *goodness of fit* dari model. Secara teoritis model dalam penelitian ini dapat diaplikasikan dalam konteks konsumen pangan organik khususnya perilaku membeli makanan organik beserta faktor-faktornya. Model ini baik dan dapat direplikasi oleh peneliti lainnya yang ditunjukkan dengan nilai *default model Expected Cross Validation Indeks* (ECVI) yang lebih kecil dari nilai *saturated model*.

Secara parsial, sikap membeli makanan organik

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi beli makanan organik. Hal ini berarti semakin baik sikap membeli makanan organik, maka semakin tinggi intensi membeli makanan organik. Norma subyektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi membeli makanan organik. Hal ini berarti semakin tinggi norma subyektif, maka semakin tinggi juga intensi membeli makanan organik. Kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi membeli makanan organik. Hal ini berarti semakin tinggi kontrol perilaku, maka semakin tinggi juga intensi membeli makanan organik. Kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku membeli makanan organik. Peningkatan kontrol perilaku tidak bermakna atau tidak menyebabkan perubahan yang berarti bagi perilaku membeli makanan organik. Intensi membeli memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku membeli makanan organik. Hal ini berarti semakin tinggi intensi membeli, maka semakin tinggi juga perilaku membeli makanan organik.

Saran

Secara praktis, berkaitan dengan pengaruh sikap konsumen, diperlukan adanya penanaman kesadaran akan perilaku ramah lingkungan. Sosialisasi kesadaran akan ramah lingkungan dapat ditanamkan dari generasi ke generasi melalui jenjang formal seperti sekolah maupun non formal seperti keluarga. Negara Cina sebagai contoh telah menyebarkan pemahaman filosofi Taoisme yang mengajarkan prinsip bahwa asal manusia dari alam dan menyatu dengan alam (Chan, 2001) sehingga terbentuk keseimbangan (*yin* dan *yang*) dilakukan melalui jenjang formal seperti lembaga pendidikan atau sekolah maupun non-formal melalui keluarga yang dilakukan sejak usia dini sehingga mengakar dalam kehidupan masyarakat Cina lebih dari 2000 tahun. Peran pemerintah diperlukan dalam hal ini, sehingga akan tumbuh sikap positif dalam konsumsi produk organik yang berdampak pada pola konsumsi ramah lingkungan. Edukasi yang berbasis ramah lingkungan perlu mendapat perhatian dari pemerintah. Melalui penanaman nilai orientasi alami manusia diharapkan mampu mencegah atau mengurangi degradasi lingkungan di Indonesia. Penanaman nilai juga akan menyadarkan manusia pentingnya hubungan manusia dengan alam sehingga tercipta pola konsumsi

sehat berbasis ramah lingkungan.

Berkaitan dengan peran aspek norma subjektif, pemasar perlu mendekati kelompok referensi keluarga atau memperhatikan kelompok referensi sebagai bagian dari target komunikasi pemasaran, anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh dalam pembelian makanan organik. Meskipun pembelian dilakukan oleh individu, keputusan pembelian sangat mungkin dipengaruhi oleh anggota lain dalam keluarga (Engel *et al.*, 2005). Masyarakat Indonesia sebagai bagian budaya Asia, cenderung kolektif sehingga keputusan individu sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi.

Dilihat dari aspek kontrol perilaku, pemerintah atau pihak independen perlu menjamin legalitas keaslian produk atau makanan organik bukan hanya sebatas logo organik dan melakukan pengawasan legalitas keaslian produk. Hal ini berfungsi meyakinkan konsumen atau meminimalisir keraguan konsumen akan keabsahan atau keaslian produk organik. Klaim organik harus memenuhi standar organik dari proses pembibitan hingga panen. Pangan organik dengan bibit organik belum tentu diakui sebagai pangan organik apabila dalam proses penanaman menggunakan pupuk yang tidak organik. Dengan demikian, perlu dibentuk lembaga sertifikasi organik yang berperan dalam menjaga keabsahan produk organik misalnya melibatkan perguruan tinggi dalam upaya sertifikasi organik. Sertifikasi merupakan isu terpenting di Asia, karena tingginya tuntutan konsumen adanya jaminan kepastian bahwa produk yang akan dibeli adalah organik yang asli. Selain itu, sampai saat ini lembaga atau badan sertifikasi organik dari dalam negeri sangat terbatas jumlahnya. Di Indonesia, sampai saat ini lembaga penjamin produk organik dari luar negeri baru ada 2 yakni Nasa (Australia) dan Scall (Belanda). Biaya yang dibutuhkan petani dalam proses sertifikasi juga termasuk tinggi.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Kategori produk yang digunakan sebagai objek penelitian ini hanya pada produk pangan organik yang perlu diolah untuk konsumsi sedangkan masih banyak produk hijau lain yang diproduksi produsen seperti kosmetik, produk daur ulang, dan elektronik. Penelitian berikutnya dapat menggunakan objek produk hijau lainnya untuk memperkaya hasil penelitian serta sebagai perbandingan dengan hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aertsens, J, Verbeke, W., & Huylenbroeck, G V., 2009, "Personal determinants of organic food consumption: A review", *British Food Journal*, 10:1140-1167.
- Ajzen, I., 2005, *Attitudes, Personality and Behavior*, (2nd edition), Berkshire, UK: Open University Press-McGraw Hill Education.
- Ajzen, I., 2008, *Attitudes and Attitude Change*. New York: Psychology Press.
- Bagozzi, R. P., Wong, S. A., & Bergami, M., 2000, "Cultural and situational contingencies and the theory of reason action: Application to fast food restaurant consumption", *Journal of Consumer Psychology*, 9(2):97-106.
- Bui, M.H., 2005, "Environmental marketing: A model of consumer behavior", *Proceedings of the Annual Meeting of the Association of Collegiate Marketing Educators*.
- Chan, R.Y.K., 2001, "Determinants of chinese consumers green purchase behavior", *Psychology & Marketing*, 8: 389-413.
- Chen, T,B & Chai, L, T., 2010, "Attitude towards the environment and green product: consumer perspective", *Management Science and Engineering*, 4 (2): 27-39
- Engel, J.F., Roger, D.B., & Paul, W. M., 2005, *Consumer behavior*: International Edition, Forth Worth : Dreyden Press.
- Gracia, A., & Magistris, T., 2007, "Organic food product purchase behaviour: a pilot study for urban consumers in the South of Italy", *Spanish Journal of Agricultural Research*, 5(4): 439-451.
- Hempel, D. J & Jain, S. C., 2001, House buying behavior: An empirical study in cross cultural buyer behavior", *AREUEA Journal*, 5:1-21.

- Lodorfos, G.N., & Dennis, J., 2008, "Consumers' intent: in the organic food market", *Journal of Food Products Marketing*, 14(2):17-38.
- Magnusson, M.K., Arvola, A., Hursti, U.K., Aberg, L., & Sjoden., P., 2001, "Attitudes towards organic foods among Swedish consumers", *British Food Journal*, 103: 209-226.
- Noorastuti, P, T., & Astuti, L, D, P., 2010. *Awas, buah dan sayur bisa picu gangguan mental*. Diunduh melalui <http://www.vivanews.com>
- Sampson, L.K., 2009, "Consumer analysis of purchasing behavior for green apparel". *Thesis*. North Carolina State University.
- Suprpto, B., & Wijaya, T., 2012, "Model of purchase intention on organic food: A study among mothers in Indonesian", Conference on Economics, Business and Marketing Management", *IPEDR*: 29.
- Taner, C., & Kast, S.W., 2003, "Promoting sustainable consumption: Determinants of green purchases by Swiss consumers", *Psychology & Marketing*, 20(10): 883-902.
- Tarkiainen, A., & Sundqvist, S., 2005, "Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food", *British Food Journal*, 107(11):808-822.
- Tsakiridou, E, Boutsouki, C, Zotos, Y., & Mattas, K., 2005. "Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study". *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(2):158-175.
- Wawasan, 2009, *Pencemaran pestisida mengkhawatirkan*. Diunduh melalui <http://www.wawasandigital.com> tanggal 2 Desember 2009.
- Wijaya, T., & Hidayat, A., 2011, "Model intensi pembelian makanan organik", *Call for Paper Update Ekonomi, Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, *Proceeding* Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.
- Wijaya, T., 2013, "Sikap terhadap makanan organik, norma subjektif, kontrol perilaku konsumen makanan organik: Konsep dan pengukuran", *Lantip-Jurnal Ilmu Sosial dan Ekonomi*, 3(1): 20-33.
- YLKI., 2012, *Survei Konsumen Organik Indonesia*, Diunduh melalui <http://www.organicindonesia.org/05infodata-news.php?id=443>.