

PENGARUH NORMA SUJEKTIF DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SAYURAN ORGANIK DI KOTA BANDA ACEH

¹⁾Fani Sartika, ²⁾Agusnawan Linu Ibrahim, ³⁾Ermad MJ

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Aceh, Indonesia

fani.sartika@unmuha.ac.id

Abstract

Anxiety about irresponsible agricultural practices has made organic vegetables as an alternative product that consumers are currently looking for. This study aims to determine the effect of subjective norms and prices on buying interest of organic vegetables in Banda Aceh. This research is a quantitative research using primary data in the form of a questionnaire for data collection, and secondary data in the form of literature study. The population in this study were 97 consumers who had and had never consumed organic vegetables. Samples were taken all 97 respondents, or by census, using the snowball sampling technique. The data analysis technique in this study was to use multiple linear regression analysis by first testing the validity and reliability. To see whether there is influence between the independent and dependent variables partially, the t-test is used. The results of the data processing of multiple linear regression analysis shows that there is a positive influence between subjective norms and prices on buying interest. The results of the partial test or t-test shows that there is significance influence between subjective norms on buying interest, and there is significance influence between price and buying interest. The variable that dominates buying interest of organic vegetables in Banda Aceh is price.

Keywords: Buying Interest, Subjective Norm, Price, Organic Vegetables.

Abstract

Kecemasan terhadap praktik pertanian yang tidak bertanggung jawab menjadikan sayuran organik menjadi produk alternatif yang dicari konsumen saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh norma subjektif dan harga terhadap minat beli sayuran organik di Kota Banda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dalam bentuk kuisioner untuk pengumpulan data, dan data sekunder dalam bentuk studi kepustakaan. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah dan belum pernah mengonsumsi sayuran organik sejumlah 97 orang. Sampel diambil sebanyak 97 orang, atau dengan cara sensus, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *snowball*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Untuk melihat ada tidaknya pengaruh antar variabel bebas dan terikat secara parsial digunakan uji-t. Hasil dari olah data analisis regresi linier berganda menunjukkan adanya pengaruh positif antara norma subjektif dan harga terhadap minat beli. Hasil dari uji parsial atau uji-t menunjukkan adanya pengaruh dan signifikansi antara norma subjektif terhadap minat beli, dan adanya pengaruh dan signifikansi antara harga terhadap minat beli. Variabel yang mendominasi minat beli sayuran organik di Kota Banda Aceh adalah harga.

Keywords: Minat Beli, Norma Subjektif, Harga, Sayuran Organik.

Pendahuluan

Seiring dengan meningkatnya kecemasan konsumen terhadap praktik pertanian yang tidak bertanggung jawab, seperti penggunaan zat kimia yang berlebihan dan atau tidak sesuai ketentuan, permintaan makanan yang diproduksi organik semakin meningkat. Indonesia adalah salah satu negara penghasil sayuran organik yang potensial, namun demikian masih terbilang kecil dibandingkan sayuran non-organik (konvensional). Hal ini disebabkan permintaan konsumen terhadap sayuran organik masih terbatas dibandingkan permintaan pada sayuran konvensional. Perbedaan sayuran organik dan sayuran konvensional terletak pada sistem penanamannya. Sayuran konvensional ditanam dengan menggunakan zat kimia buatan untuk

Title: Pengaruh Norma Subjektif dan Harga Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Kota Banda Aceh

Fani Sartika

membantu tumbuh kembang tanaman, seperti pestisida dan sebagainya, sedangkan sayuran organik lebih mengedepankan cara-cara yang alami.

Minat merupakan salah satu prediktor dari perilaku konsumen. Minat adalah bagian dari komponen perilaku pembelian, karena minat beli mendahului keputusan konsumen untuk kelak akan membeli produk tertentu. Melakukan pengamatan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli adalah sebuah langkah bagi bisnis untuk dapat memprediksi permintaan konsumen terhadap suatu produk. Minat adalah pernyataan mental dalam diri konsumen yang nantinya akan merefleksikan keputusan pembelian, yang sering kali menjadi tolak ukur apakah sebuah produk akan terjual atau tidak di pasaran.

Hasil survei awal yang penulis lakukan terhadap 20 orang responden terkait pilihan pembelian sayur di Kota Banda Aceh pada bulan November 2022, lebih dari 50% konsumen lebih sering melakukan pembelian sayur konvensional dibandingkan sayuran organik. Padahal, asumsi terhadap sayuran organik adalah lebih aman dikonsumsi. Karena salah satu komponen perilaku pembelian adalah minat beli, maka untuk mengetahui mengapa masih rendahnya pembelian sayuran organik ini, penelitian terhadap minat beli dapat membantu memberikan gambaran terhadap sikap konsumen akan suatu produk.

Norma subjektif yang dimiliki konsumen akan berpengaruh terhadap sikap konsumen akan suatu produk. Norma subjektif yang dimaksud adalah keyakinan yang berhubungan dengan pendapat orang lain terhadap sesuatu yang dianggap penting bagi seseorang, seperti keluarga, teman dekat, dan media, dan hal ini berpengaruh terhadap keputusan yang diambil seseorang termasuk keputusan pembelian. Norma subjektif dapat pula membentuk persepsi seseorang terhadap suatu produk, termasuk minat beli seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh Suak, Moniharapon, dan Dotulon (2018) mendukung asumsi tersebut. Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh Binalay, Mandey, dan Mintardjo (2016). Sayuran adalah salah satu produk yang umum dibeli konsumen sehari-hari. Namun demikian, sayuran organik adalah alternatif lain dari sayuran konvensional. Minat konsumen terhadap sayuran ini dapat saja dipengaruhi bukan hanya karena manfaat dari produk ini terhadap konsumen sendiri, namun salah satunya dari pendapat orang lain terhadap sayuran organik.

Harga adalah nilai finansial dari suatu produk. Dalam pemasaran, harga adalah salah satu satuan terpenting dalam menentukan apakah seseorang pada akhirnya berminat membeli sesuatu atau tidak. Bisa jadi saat suatu produk harganya mahal, konsumen tidak hanya tidak mempertimbangkan pembelian terhadap produk tersebut, namun juga tidak berminat terhadap

Title: Pengaruh Norma Subjektif dan Harga Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Kota Banda Aceh

Fani Sartika

produk itu. Penelitian yang menyatakan adanya pengaruh harga terhadap minat beli ada banyak, misalnya penelitian oleh Satria (2017) serta Martono dan Iriani (2014). Harga produk sayuran organik di pasaran rata-rata memang lebih tinggi daripada sayuran konvensional. Misalnya harga seikat bayam konvensional adalah Rp2000/ikat, namun bayam organik dapat dijual dua kali lipatnya, yaitu Rp4000. Hal ini karena proses pertanian organik memerlukan biaya lebih tinggi. Sertifikat organik juga berperan pada harga yang lebih tinggi. Selain itu, ada konsep mensejahterakan petani yang melekat pada praktik penjualan sayuran organik. Jadi bisa saja konsumen lebih berminat terhadap produk yang dibeli sehari-hari dengan harga lebih murah. Namun demikian, harga bisa saja tidak berpengaruh terhadap produk-produk tertentu, di antaranya adalah produk yang dianggap mempengaruhi kesehatan. Bisa saja konsumen mengabaikan faktor harga yang tinggi untuk membeli produk yang dianggap penting untuk kesehatan mereka.

Praktik pemasaran sayuran organik di Kota Banda Aceh cukup menjanjikan. Sayuran organik yang ada di kota ini berasal dari praktik pertanian di dalam Provinsi Aceh sendiri, maupun dari Provinsi di sekitarnya seperti Sumatera Utara. Tidak begitu sulit mencari produk sayuran organik di Kota Banda Aceh. Selain tersedia di pusat perdagangan modern yang ada di kota ini, produk sayuran ini juga ada di pasar tradisional. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat minat beli konsumen di Kota Banda Aceh terhadap produk sayuran organik ini, untuk kemudian kelak dapat menjadi refleksi akan penjualan produk ini.

Kajian Kepustakaan

Minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap konsumen membentuk pilihan mereka di antara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya, atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu produk barang dan jasa. Schiffman dan Kanuk (2014) memecah beberapa indikator minat beli menjadi lima, yaitu:

1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai obyek (produk);
2. Mempertimbangkan untuk membeli;
3. Tertarik untuk mencoba;
4. Ingin tahu segala sesuatu terkait produk tersebut;
5. Ingin memiliki produk.

Kelompok referensi seseorang, seperti keluarga atau kelompok acuan lainnya, memiliki pengaruh bagi seseorang dalam menuju proses pembelian. Norma subjektif adalah keyakinan responden akan tekanan sosial dan harapan

Title: Pengaruh Norma Subjektif dan Harga Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Kota Banda Aceh

Fani Sartika

orang sekitarnya (Susanti, Muhaimin, dan Toiba, 2018). Indikator norma subjektif adalah sebagai berikut:

1. Keluarga;
2. Teman dekat;
3. Media.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2010). Indikator harga menurut Laksana (2008) adalah:

1. Keterjangkauan harga;
2. Daya saing harga;
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk;
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

Metodologi Penelitian

Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan belum pernah membeli sayuran organik di Kota Banda Aceh, sekaligus menjadi populasi dalam penelitian ini. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data berasal dari kuisisioner yang disebar dan studi kepustakaan. Populasi dalam penelitian ini diambil berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis, dengan mempertimbangkan efektifitas data dan waktu penelitian. Penulis memperoleh responden sebanyak 117 orang, yaitu konsumen yang pernah membeli dan belum pernah membeli sayuran organik di Kota Banda Aceh. Dari 117 orang tersebut, 20 data kuisisioner tidak dapat digunakan, sehingga total data yang dapat digunakan adalah dari 97 respnden. Data tersebut secara keseluruhan penulis ambil sebagai data penelitian ini, atau menggunakan teknik sensus. Maka, sampel dalam penelitian ini adalah 97 orang.

Pernyataan dalam kuesioner untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala interval, di mana jawaban masing-masing responden akan diberi skor dengan menggunakan Skala Likertm yaitu lima poin dimulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan skor 5 (sangat setuju) (Sekaran, 2006).

Untuk menganalisa data, metode yang digunakan adalah metode regresi linier berganda. Bentuk persamaan regresinya yaitu (Sugiyono, 2013):

Title: Pengaruh Norma Subjektif dan Harga Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Kota Banda Aceh

Fani Sartika

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Minat beli
- X1 = Norma subjektif
- X2 = Harga
- a = Konstanta
- b₁.b₃ = Koefisien Regresi
- e = Standar Error

Sebelum data diolah, kuisioner diuji dengan melakukan uji validitas dengan menggunakan Uji *Pearson Product Movement Coeficient of Corelation* dengan bantuan SPSS (*Statistical Package for Sosial Science*). Uji reliabilitas dilakukan pula dengan menggunakan metode *cronbach alpha*. Untuk melihat adanya pengaruh terhadap masing-masing variabel penelitian digunakan uji-t.

Pembahasan

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah penduduk kota Banda Aceh dengan rentang usia <20 tahun sebanyak 3 orang, 21-30 tahun sebanyak 39 orang, 31-40 tahun sebanyak 45 orang, dan dan >40 tahun sebanyak 10 orang. Sebagian besar responden (60 orang) adalah perempuan. Penghasilan responden dalam penelitian ini yaitu <Rp3.000.000 sebanyak 8 orang, Rp3.000.001-Rp5.000.000 sebanyak 30 orang, Rp5.000.001-Rp10.000.000 sebanyak 36 orang, dan >Rp10.000.000 sebanyak 2 orang.

Hasil pengujian validitas data, seluruh pernyataan dinyatakan valid karena semua pernyataan memiliki nilai korelasi di atas 5%, yaitu di atas 0,198 (tabel nilai kritis korelasi r untuk N=97).

Tabel 1: Hasil Uji Validitas

Item pertanyaan	Koefisien Korelasi	Nilai Kritis r N=97	Keterangan
A1	0,971	0,198	Valid
A2	0,936	0,198	Valid
A3	0,955	0,198	Valid
A4	0,970	0,198	Valid
A5	0,934	0,198	Valid

Title: Pengaruh Norma Subjektif dan Harga Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Kota Banda Aceh

Fani Sartika

B1	Norma Subjektif (X ₁)	0,868	0,198	Valid
B2		0,962	0,198	Valid
B3		0,951	0,198	Valid
C1	Harga (X ₂)	0,963	0,198	Valid
C2		0,936	0,198	Valid
C3		0,966	0,198	Valid
C4		0,945	0,198	Valid

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa keseluruhan tingkat kehandalan telah memenuhi persyaratan karena menunjukkan nilai *cronbach alpha* di atas 0.60. Besaran nilai *alpha* dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2: Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Indikator	Nilai Alpha	Keterangan
1	Minat Beli (Y)	5	0,954	Handal
2	Norma Subjektif (X ₁)	3	0,961	Handal
3	Harga (X ₂)	4	0,880	Handal

Hasil analisis linier berganda dan uji-t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3: Hasil Pengujian Regresi

Nama Variabel	B	Std. Error	T _{hitung}	T _{tabel}	Sig.
(Constant)	8,003	2,229	3,590	1,986	0,001
Norma Subjektif (X ₁)	0,410	0,170	2,413	1,986	0,018
Harga (X ₂)	0,440	0,138	3,187	1,986	0,002

Berdasarkan data tersebut, diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 8.003 + 0.410X_1 + 0.440X_2 + e$$

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa arah model regresi keseluruhan variabel ini adalah positif. Artinya, jika masing-masing variabel norma subjektif dan harga mengalami kenaikan sebesar skor, maka akan

Title: Pengaruh Norma Subjektif dan Harga Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Kota Banda Aceh

Fani Sartika

menaikkan minat beli sebesar skor di atas pula. Variabel yang mendominasi adalah harga yaitu sebesar 44%.

Untuk melihat adanya pengaruh antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, digunakan uji parsial atau uji-t. Diperoleh nilai t-hitung sebagaimana tabel 3 di atas, maka dinyatakan nilai t-hitung > t-tabel. Artinya, masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh terhadap minat beli.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sayuran organik di Kota Banda Aceh. Dari ketiga kelompok referensi yang diteliti, teman dekat adalah kelompok referensi yang paling berpengaruh terhadap minat beli. Referensi yang diperoleh dari teman dekat terkait minat beli umumnya dipengaruhi oleh opini positif yang dibagikan oleh konsumen yang pernah membeli sayuran organik, baik secara langsung di *peer group* nya, atau di sosial media. Jika seseorang mempromosikan dengan sukarela hal-hal positif terkait sayuran organik, lingkaran teman dekatnya mungkin akan terpengaruh untuk berminat terhadap produk yang sama.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sayuran organik di Kota Banda Aceh. Memastikan agar harga sayuran organik, walaupun di atas rata-rata harga sayuran konvensional, masih tetap dapat bersaing adalah hal yang dapat memancing minat beli. Konsumen bersedia membayar dengan harga yang lebih dari produk lainnya jika dirasakan produk yang dibeli memberikan manfaat yang sebanding dengan harganya. Untuk itu, memastikan sayuran organik yang dijual benar dikelola penanamannya sesuai ketentuan tanaman organik sehingga manfaat yang dijanjikan dapat dirasakan, dapat meningkatkan “posisi tawar” sayuran organik terkait harga yang lebih tinggi dari sayuran konvensional.

Referensi

- Binalay, G. A., Mandey, L. S., & Mentardjo, M. O. C. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Manado. *EMBA*, 4(1), 395–406.

Title: Pengaruh Norma Subjektif dan Harga Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Kota Banda Aceh

Fani Sartika

Iltiham, M. F., & Nizar, M. (2020). Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian. *Malia (Terakreditasi)*, *11*(2), 311–326. <https://doi.org/10.35891/ml.v11i2.2149>

Kotler, P., Armstrong, G., (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran 7th Edition*. Jakarta: Salemba Empat.

Laksana, F (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Martono, M., Iriani, S. R. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Luwun Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *2*(April).

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). Consumer Behavior, Global Edition: Global Edition. *Pearson Higher Education, London*.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach*, Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Susanti, R. I., Muhaimin, A. W., Toiba, R., (2018). Analisis Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Sayur Organik di Kota Malang . *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Pertanian III: Sumber Daya dan Kebijakan Pembangunan Pertanian di Era Revolusi Industri 4.0*. Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.

Suyono, A. G., Sukmawati, S., Pramono (2012). *Pertimbangan dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Inditayu Press.