

**PERSEPSI KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN MINUMAN ORGANIK**

Andre Suyanto

***Abstract***

*Perception is defined as a process that is performed for each individual in interpreting stimuli acquired. Most consumers buy organic products because of their perceptions of organic food products, where organic food has its own unique value compared to other conventional products. Organic products are organic foods using local seeds, and only use natural fertilizers derived from the form of manure and compost. Organic food production process using environmentally friendly methods that do not involve pesticides and chemical fertilizers and do not contain genetically modified organisms and food additives, organic produce more healthful So when compared with non-organic products. Many of the benefits offered from organic products. Of course, with the consumption of organic products, can create a more healthy consuming. But not all people have the same opinion regarding the consumption of organic beverages in containers. Most of the people prefer to consume non-organic beverages. This is done because it is more economical price than the price of organic beverages in containers. In the opinion of some people, consumption of organic beverages do not have a significant impact that can be felt for the body. They assume if organic beverage consumption as drinking non-organic.*

***Keyword:*** Consumers' perceptions, organic products, consumer expectations.

**Pendahuluan**

Di era modern, semua manusia yang berada di dunia mulai menyadari bahwa produk organik yang pada awalnya kurang populer, kini mulai merambah masuk ke pola pikir masyarakat bahwa produk organik yang biasa dikonsumsi adalah sebuah terobosan untuk memulai hidup yang sehat. Dengan berkembangnya jaman, masyarakat harus menyadari bahwa makanan atau minuman yang dijual bebas di berbagai tempat tidak sedikit ada yang memakai bahan kimia, dan masyarakat sebagai konsumennya banyak yang kurang paham dengan bahaya yang diakibatkan oleh berbagai macam pengawet makanan ataupun pewarna makanan atau minuman yang beredar masa kini.

Sebagai konsumen yang pintar, seharusnya lebih memahami produk makanan atau minuman apa yang baik atau kurang baik bagi kesehatan tubuh sendiri. Masyarakat harus sadar di era modern sekarang banyak sekali penyakit yang timbul akibat kesalahan terhadap cara mengkonsumsi makanan yang sehat atau tidak. Maka sebelum terlambat, sebaiknya mengkonsumsi produk organik sebagai makanan atau minuman sehari-hari. Produk organik sangat mengedepankan kesehatan bagi konsumennya karena diproduksi tanpa tambahan bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh. Walaupun dengan harga yang sedikit lebih mahal untuk sebuah produk organik,

tetapi efek yang didapat sangatlah berguna dan tidak merusak kesehatan.

Pada masa kini, permintaan bahan produk organik sangat pesat diseluruh dunia dalam beberapa tahun terakhir (Rizqul, 2011). Maka sebelum terlambat, sebaiknya mengkonsumsi produk organik sebagai makanan atau minuman sehari-hari. Produk organik sangat mengedepankan kesehatan bagi konsumennya karena diproduksi tanpa tambahan bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh. Walaupun dengan harga yang sedikit lebih mahal untuk sebuah produk organik, tetapi efek yang didapat sangatlah berguna dan tidak merusak kesehatan.

Pada masa kini, permintaan bahan produk organik sangat pesat diseluruh dunia dalam beberapa tahun terakhir (Rizqul, 2011). Hal tersebut juga didukung dengan berkembangnya jumlah para petani bahan organik yang dikarenakan semakin banyaknya permintaan konsumen. Terutama konsumen sekarang lebih teliti dan selalu ingin mengetahui kandungan atau manfaat dari produk makanan atau minuman tertentu sebelum membelinya.

Selain bahan makanan organik, kini minuman organik juga sudah banyak digemari masyarakat terutama yang berasal dari buah-buahan karena selain menyegarkan dan menyehatkan bagi tubuh, mengkonsumsi minuman organik juga praktis untuk dikonsumsi. Manfaat dari produk organik juga mempengaruhi minat beli konsumen karena buah-buahan merupakan pabrik vitamin, mineral, antioksidan, dan serat pangan yang sangat diperlukan apabila ingin hidup sehat. Vitamin yang banyak terdapat pada sayur organik dan buah organik adalah vitamin C dan vitamin B kompleks. Beberapa sayuran Organik juga jadi sumber vitamin A, D, dan E. Karotenoid (prekursor vitamin A), vitamin C, dan vitamin E merupakan antioksidan alami yang berguna melawan serangan radikal bebas penyebab penuaan

dini dan berbagai jenis kanker. Mineral yang banyak terdapat pada sayur organik dan buah organik adalah zat besi, seng, mangan, kalsium, dan fosfor. Dibandingkan dengan sumber serat lain, sayur dan buah merupakan sumber paling baik dan utama. Serat bermanfaat mencegah berbagai penyakit, seperti kanker usus besar, aterosklerosis, gangguan jantung, diabetes melitus, dan penyakit batu empedu.

### **Persepsi Konsumen Terhadap Produk Minuman Organik**

Menurut Robbins dan Coulter (2005), Persepsi adalah proses pengorganisasian dan penafsiran kesan inderawi guna mendapatkan arti (pengertian mendalam) atas lingkungan. Dalam hal ini persepsi dianggap sebagai penafsiran seseorang terhadap objek yang ada di sekelilingnya, berdasarkan kesan yang diperoleh oleh panca indera. Dengan demikian, maka tiap individu akan mempunyai persepsi yang berbedaterhadap penilaian suatu objek yang sama.

Persepsi adalah proses seorang individu memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang bermakna tentang dunia (Kotler, 2009). Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2004), Persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli kedalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. Pada intinya kedua definisi tersebut memiliki kemiripan pemahaman, persepsi diartikan sebagai sebuah proses yang dilakukan tiap individu dalam menafsirkan stimuli yang didupakannya.

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis manusia dalam memberikan respon terhadap berbagai keadaan di sekitarnya. Persepsi dapat dikatakan juga sebagai proses seseorang mengetahui

beberapa hal melalui panca inderanya. Persepsi setiap orang dalam menyikapi suatu permasalahan yang terjadi berbeda antara satu dengan yang lainnya, tergantung dari sudut pandang setiap orang dalam menyikapi permasalahan yang ada.

Persepsi mengandung pengertian yang sangat luas, menyangkut *intern* dan *ekstern*. Menurut Toha (1993), faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut :

- a) Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
- b) Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek.

Sedangkan menurut Siregar (2006) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah :

1. Kemampuan dan keterbatasan fisik dari alat indera dapat mempengaruhi persepsi untuk sementara waktu ataupun permanen.
2. Kondisi lingkungan.
3. Pengalaman masa lalu. Bagaimana cara individu untuk menginterpretasikan atau bereaksi terhadap stimulus tergantung dari pengalaman masa lalunya.
4. Kebutuhan dan keinginan. Ketika seorang individu membutuhkan atau menginginkan sesuatu maka ia akan terus berfokus pada hal yang dibutuhkan dan diinginkannya tersebut.
5. Kepercayaan, prasangka, dan nilai. Individu akan lebih memperhatikan dan menerima orang lain yang memiliki kepercayaan dan nilai yang sama dengannya. Sedangkan prasangka dapat

mnimbulkan bias dalam mempersepsi sesuatu.

### **Pengertian Minuman Organik**

*National Organic Standards Boards of the U.S. Department of Agriculture* (USDA) menetapkan standar nasional untuk istilah “organik”. Minuman organik, didefinisikan sebagai minuman yang diolah atau dihasilkan secara alami melalui standar proses produksi, yang dihasilkan tanpa menggunakan pupuk endapan, pupuk sintetis, pestisida, hormon sintetis dan bahan tambahan lainnya (penambah warna, bau, rasa). Steven (2007) mengatakan bahwa bahan pangan organik merupakan bahan pangan yang diproduksi secara sedikit atau bebas sama sekali dari unsur kimia berupa pupuk, pestisida, hormon, dan obat-obatan.

Bahan pangan organik hanya menggunakan bibit lokal dan pupuk dari alam seperti kotoran hewan atau kompos. Selain itu, bahan pangan organik tidak mengandung bibit yang berasal dari rekayasa genetika (*Genetically Modified Organism*) dan tidak memanfaatkan teknologi radiasi untuk mengawetkan produknya. Jadi segala proses pembuatannya dilakukan secara alami tanpa tindakan maupun bahan kimia. Ada berbagai produk organik yang biasa dikonsumsi, antara lain sayur, buah, beras, bahkan daging . Organik adalah bahan makanan yang dalam budidayanya menggunakan perlakuan khusus. Perlakuan khusus yang dilakukan misalnya pada sayuran dan buah-buahan, media tanamnya dilakukan di atas tanah yang bersih dari unsur-unsur kimiawi dan tidak mengandung pestisida (Steven, 2007).

Minuman organik diciptakan sesuai dengan semua standar produksi yang sudah ditentukan. Pada sejarah kehidupan manusia setiap makanan dan minuman yang diciptakan melalui proses agrikultur bisa disebut sebagai organik. Tapi pada abad ke-20 mulai dikenalkan berbagai zat sintetis

yang digunakan dalam produksi makanan dan minuman. Jenis produksi ini dinamakan produksi makanan/minuman konvensional. Sedangkan produksi secara organik, semuanya tidak melibatkan berbagai zat sintetis contohnya pestisida non-organik, insektisida non-organik, dan lain - lain.

### **Minuman Organik Dibandingkan dengan Minuman Konvensional**

Menurut Wirjatmadi (2008), bahan pangan organik memang berbeda dengan bahan pangan konvensional. Selain lezat cita rasanya, bahan pangan organik lebih menyehatkan dan aman dikonsumsi. Hampir tidak ada pencemaran bahan kimia yang dapat membentuk radikal bebas ditemukan dalam bahan pangan organik. Hasil dari beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konsumen memiliki sikap yang positif terhadap minuman organik dimana salah satu alasan utamanya adalah bahwa minuman organik dianggap lebih sehat dibandingkan dengan minuman yang berasal dari bahan pangan konvensional (Chinnici et al., 2002; Harper & Makatouni, 2002).

Selain itu, proses produksi dari produk organik menggunakan metode ramah lingkungan yang tidak melibatkan pestisida dan pupuk kimia serta tidak mengandung organisme hasil rekayasa genetika dan zat aditif makanan. Hal tersebut tentunya menandakan bahwa makanan organik lebih sehat untuk dikonsumsi apabila dibandingkan dengan makanan konvensional.

### **Persepsi konsumen pada produk minuman organik**

Minat terhadap pembelian minuman organik dipengaruhi oleh sikap konsumen terhadap minuman organik itu sendiri (Michaelidou & Hassan, 2008). Menurut Laroche dalam Michaelidou dan Hassan (2008), seorang konsumen etis atau sadar lingkungan akan membeli produk yang ramah lingkungan dan tidak berbahaya bagi

lingkungan. Ada kemungkinan bahwa identifikasi diri sebagai konsumen hijau (*green consumer*) atau konsumen organik (*organic consumer*) akan berdampak pada perilaku mereka di samping sikap mereka terhadap produk, kesadaran tentang lingkungan, atau perasaan mereka untuk membeli produk organik.

Kebanyakan konsumen membeli produk organik dikarenakan oleh adanya persepsi terhadap produk makanan organik, dimana makanan organik memiliki nilai unik tersendiri dibandingkan dengan produk konvensional lainnya. Berdasarkan penelitian Magnusson et al. (2001), mempelajari bahwa kriteria terpenting pada minuman adalah rasa, kesehatan, daya tahan, dan kualitas dalam produk. Survei yang diadakan di *European Community*, Wandel & Bugge's (1997) menunjukkan rasa, kesegaran, tampilan dan nilai nutrisi sangat penting dalam memilih sayuran dan buah-buahan. Menurut Schifferstein & Kanuk (1997) kualitas makanan, kandungan zat kimia, dampak bagi lingkungan, dan kualitas rasa yang lebih baik adalah faktor terpenting yang mempengaruhi permintaan terhadap minuman organik. Melihat dari definisi-definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa minuman organik yang sangat diinginkan konsumen adalah yang memiliki kriteria segar, berkualitas tinggi, harga yang terjangkau, sehat, bergizi tinggi, dan bebas pestisida.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian yang dilakukan Magnusson et al., 2001; Wandel & Bugge's, 1997; dan Schifferstein & Kanuk, 1997. Maka faktor yang dapat digunakan untuk melihat persepsi dan minat beli konsumen produk organik (minuman), yaitu sebagai berikut:

#### 1. Kesehatan

Hippocrates, pemikir ilmu kesehatan modern, mengungkapkan, "biarkan makanan menjadi obat Anda dan biarkan obat menjadi makanan Anda".

Pemikiran Hippocrates tersebut sekarang digali ulang sebagai landasan bagaimana seharusnya dalam memilih makanan (Siswono, 2003). Produk organik memiliki lebih banyak vitamin, mineral, dan enzim yang baik bagi kesehatan tubuh, juga memiliki rasa yang lezat dan merupakan jalan yang sangat praktis untuk menghindari makanan yang mengandung rekayasa genetik dan zat-zat kimia lain yang tidak baik untuk kesehatan tubuh. Selain itu, dengan mengkonsumsi produk organik secara berkala dapat membantu mengurangi resiko terkena penyakit kronis, seperti kanker, jantung, hipertensi, diabetes, kolesterol, dan lain-lain (“Why Healthy Lunch”, 2008).

## 2. Kualitas

Kyriakopoulos *et al.* (1997) menunjukkan bahwa kualitas makanan lebih penting dibandingkan harga. *Jurnal of Applied Nutrition* (1993) sangat jelas memperlihatkan bahwa makanan organik lebih bernutrisi dibandingkan dengan makanan konvensional. Sayuran organik lebih disenangi karena kesegaran, rasa dan persepsi akan mutu nutrisi (Mahesh *et al.*, 1997). Sedangkan menurut Wandel & Bugge (1996) menunjukkan mayoritas responden memberi peringkat pertama pada kesegaran, kemudian diikuti oleh rasa dan kandungan nutrisinya.

## 3. Harga

Produk organik pada umumnya memiliki harga sekitar 10 - 40% lebih mahal dibandingkan dengan produk konvensional (Winter & Davis, 2006). Saat ini harga produk organik masih tergolong tinggi di Indonesia, karena jumlah produk yang tersedia masih sedikit (“Peluang dan Tantangan Bagi Petani Kecil”, November, 2004). Fotopoulos & Krystallis (2003)

menemukan perilaku positif bahwa konsumen minuman organik bersedia membayar harga yang lebih mahal, ini menunjukkan bahwa pembeli makanan organik percaya bahwa makanan organik memiliki nilai manfaat yang lebih meskipun harganya lebih mahal.

## 4. Ramah lingkungan

Pertanian organik pada prinsipnya adalah budidaya pertanian yang dikembangkan tanpa bergantung pada pasokan pupuk ataupun obat-obatan kimia sintetis guna memenuhi kebutuhan nutrisi tanaman. Pertanian organik dalam budidayanya menjadikan pupuk alami (pupuk yang berbahan baku kotoran hewan seperti Domba, Kambing, Sapi, Kelinci bisa juga Kelelawar kemudian dapat pula limbah dedaunan) sebagai pasokan guna memenuhi kebutuhan nutrisi tanaman maupun ketika mengatasi serangan hama dan penyakit pada tanaman. (Pertanian Organik Dan Revitalisasi Pertanian, 2005).

## 5. Food Safety

Swanson dan Lewis (1993) menunjukkan bahwa konsumen makanan organik lebih perhatian terhadap residu pestisida, zat-zat kimia tambahan, dan zat pengawet dibandingkan dengan non konsumen makanan organik. Berdasarkan survei terbaru, 70% konsumen menyatakan bahwa membeli makanan organik untuk menghindari pestisida (*Whole Food Market*, 2005). Penelitian yang lain menjelaskan persepsi bahwa minuman yang tumbuh secara organik memiliki kandungan bahan kimia dan kontaminasi mikroba yang lebih sedikit dibandingkan dengan makanan yang diproduksi secara konvensional. Alasan utama konsumen untuk membeli minuman organik adalah *food safety*, perlindungan terhadap lingkungan dan

sebagai tindakan nyata untuk mendukung pertanian organik.

Melihat faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap minuman organik dalam kemasan, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen yang memilih minuman organik dalam kemasan sebagai alternatif bagi konsumen yang menginginkan hidup sehat namun praktis. Selain manfaatnya yang diterima, kualitas produk juga terjamin mutunya. Mulai dari bahan baku hingga teknologi pembuatan, tentunya sudah melalui berbagai standarisasi untuk mempertahankan kualitas isi produk. Selain itu, minuman organik dalam kemasan dinilai lebih aman dikonsumsi karena pada bahan baku tidak mengandung unsur kimia yang dapat membahayakan tubuh.

#### **Pendapat lain mengenai persepsi terhadap minuman organik dalam kemasan**

Namun disamping manfaat yang ditawarkan dari produk, ada juga sebagian masyarakat yang lebih memilih mengonsumsi minuman non organik (Thio, 2008). Hal tersebut dikarenakan harganya yang relatif mahal apabila dibandingkan minuman non organik. Selain harganya yang lebih ekonomis, menurut beberapa pendapat mengatakan bahwa kandungan nutrisi yang didapatkan sama saja dengan minuman organik.

#### **Kesimpulan**

Persepsi diartikan sebagai sebuah proses yang dilakukan tiap individu dalam menafsirkan stimuli yang didupatkannya. Kebanyakan konsumen membeli produk organik dikarenakan oleh adanya persepsi terhadap produk makanan organik, dimana

makanan organik memiliki nilai unik tersendiri dibandingkan dengan produk konvensional lainnya.

Produk organik merupakan bahan pangan organik yang menggunakan bibit lokal, dan hanya menggunakan pupuk yang

berasal dari alam berupa kotoran hewan dan kompos. Proses produksi makanan organik menggunakan metode ramah lingkungan yang tidak melibatkan pestisida dan pupuk kimia serta tidak mengandung organisme hasil rekayasa genetika dan zat aditif makanan, Sehingga produk organik lebih menyehatkan apabila dibandingkan dengan produk non organik.

Banyak manfaat yang ditawarkan dari produk organik. Tentunya dengan konsumsi produk organik, dapat membuat pengonsumsi menjadi lebih sehat. Misalnya pada minuman organik dalam kemasan, selain cara mengonsumsi yang praktis, vitamin dan mineral yang terkandung dalam minuman organik dalam kemasan juga baik bagi kesehatan.

Namun tidak semua masyarakat memiliki pendapat yang sama mengenai konsumsi minuman organik dalam kemasan. Sebagian masyarakat lebih memilih mengonsumsi minuman non organik. Hal tersebut dilakukan karena harganya yang lebih ekonomis bila dibandingkan dengan harga minuman organik dalam kemasan. Menurut pendapat sebagian masyarakat, konsumsi minuman organik tidak memiliki dampak signifikan yang dapat dirasakan bagi tubuh. Mereka beranggapan jika konsumsi minuman organik sama seperti mengonsumsi minuman non organik.

Dalam mengatasi pendapat masyarakat yang kontra terhadap manfaat minuman organik dalam kemasan, pihak perusahaan sebaiknya membuat strategi yang menarik dalam mensosialisasikan manfaat produk organik bagi kesehatan. Misalnya dengan membuat taman edukatif, dimana masyarakat dapat berwisata sambil mengenal lebih dekat tanaman organik beserta manfaatnya. Dengan begitu diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat tentang pentingnya konsumsi produk organik. Selain itu sebaiknya perusahaan mencari cara dalam mengatasi harga produk minuman

organik dalam kemasannya yang mahal. Misalnya dengan mencari petani organik yang lebih murah, atau bisa dengan membuat lokasi sendiri untuk menanam tanaman organik. Diharapkan, dengan memiliki lahan sendiri maka dapat mengurangi biaya produksi perusahaan.

### Daftar Pustaka

- Astawan, M. 2008. *Khasiat Makanan Mentah Raw Food Diet*. Jakarta: Gramedia.
- Chinnici, G. D'Amico, M. and Pecorino, B. (2002). A multivariate statistical analysis on the consumers of organic products. *British Food Journal*, Vol. 104, 187-199
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 Jilid1. Jakarta.
- Harper, G.C. and Makatouni, A. (2002). Consumer perception of organic food production and farm animal welfare. *British Food Journal*, Vol. 104, 287-299
- Magnusson, M.K., Arvola, A., Koivisto Hursti, U.K., Aberg, L. and Sjoden, P.O. (2001). Attitudes towards organic food among Swedish consumers. *British Food Journal*, Vol. 103 (3), 209-226
- McKeith, G. 2004. *You Are What You Eat*. Celador Production.
- Michaelidou, N. & Hassan, L.M. (2008), "The role of health consciousness, foodsafety concern and ethical identity on attitudes and intention towards organic food", *International Journal of Consumer Studies*(32: 2), pp. 163-170.
- Ridlo. (2010, Jan 5). Apa Makanan Organik Itu?. GO ORGANIC. Retrieved February 20, 2010, from <http://sehat-organik.com/makananorganik/apa-makanan-organikitu.html>
- Rizqul, Akhmad. (2011). *Perhitungan Ekonomi Usahatani Padi Organik Dikelompok Tani Jaya, Susukan, Banyumas*. Makalah Penyuluhan PKM.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2004. *Consumer Behaviour* Eighth Edition. Pearson Prentice Hall.
- Siregar, Chairil. 2006. *Analisis Sosiologi Terhadap Inovasi Teknologi*. Jurnal Sosio Teknologi Edisi 9 Tahun 5, Desember 2006.
- Steven, R., (2007, Maret 26), Why healthy lunch. Retrieved February 28, 2009, from <http://www.healthylunchforyou.com>.
- Thio, Sienny. (2008). *Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik Di Surabaya*. Jurnal Manajemen Perhotelan. Vol. 4 (1), 18-27.
- Wandel, M. and Bugge, A. (1996). Environmental concern in consumer evaluation of food quality. *Food Quality and Preference*, Vol. 8 (1), 19-26