
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Konsumen Membeli Daging Organik di Jabodetabek

Beni Adi Janarko, Budana Pratama Prijadi, Firman, Fitra Arifin, Lalu Suherman

School of Business and Economics Universitas Prasetiya Mulya
JL. RA. Kartini (TB Simatupang), Cilandak Barat Jakarta Selatan, Jakarta 12430 Indonesia

Corresponding Author: janokonoko88@gmail.com),

ABSTRAK

Riset ini bertujuan menguji pengaruh Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) dan motif pemilihan daging organik terhadap intensi membeli daging organik itu sendiri di wilayah Jabodetabek. 176 dari 228 responden survei di daerah Jabodetabek melengkapi isian kuesioner yang terdiri dari 9 pertanyaan demografi dan 45 pertanyaan riset yang terbagi dalam 7 konstruk: Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, persepsi diri terhadap kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), keamanan daging, karakteristik daging, kepedulian kepada kesehatan dan harga. Uji model statistik terhadap data responden menunjukkan bahwa persepsi diri terhadap kontrol perilaku, kepedulian kesehatan dan harga merupakan faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi intensi beli daging organik.

ABSTRACT

The purpose of this research was to examine the influence of Theory of Planned Behavior (TPB) factors and organic meat choice motives towards the purchase intentions of organic meat in the greater Jakarta region. 176 out of 228 respondents in Jakarta and its surrounding satellite regions completed an online survey questionnaire consisting 9 demographic and 45 research questions categorized into 7 constructs: Attitude, subjective norm, perceived behavioral control, safety, meat characteristic, health consciousness and price. Statistical modeling of respondents' data revealed that perceived behavioral control, health concern, and price were the significant factors affecting the intention to purchase organic meat.

Kata kunci: Makanan Organik, Daging Organik, Teori Perilaku Terencana, Intensi Beli

PENDAHULUAN

Indonesia dengan populasi penduduk terbesar keempat di dunia membutuhkan sumber makanan dengan kapasitas sangat besar dan dituntut untuk memiliki kemandirian pangan.

Salah satunya adalah pemenuhan kebutuhan protein hewani. Pasokan kebutuhan protein hewani masih menghadapi tantangan, utamanya bagaimana mendapatkan produk hewani dari peternakan yang sehat, bersih sekaligus terjangkau harga dan ketersediaannya.

Pada sisi lain, konsumsi protein hewani per kapita Indonesia masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan negara lain di kawasan ASEAN. Untuk mengilustrasikan ini, pada tahun 2017, Malaysia mengkonsumsi 46.5 kg daging unggas dan 4.8 kg daging sapi per kapita per tahun dibanding 7 kg (unggas) dan 1.8 kg (sapi) per kapita per tahun di Indonesia (OECD, 2017). Konsumsi per kapita daging sapi masyarakat Indonesia tahun 2017 hingga 2021 rata-rata per tahun diproyeksikan tumbuh 6.30% hingga sebesar 3.02 kg/kapita/tahun di tahun 2021, seiring peningkatan pendapatan per kapita penduduk Indonesia pada periode yang sama (Outlook Daging Sapi, 2017).

DKI Jakarta merupakan provinsi dengan pengeluaran belanja pangan terbesar di Indonesia. Dengan jumlah penduduk 10,467,629 (BPS 2018) belanja pangan rata-rata per kapita per bulan di DKI Jakarta mencapai Rp 2,039,157 (BPS 2018), jauh di atas rata-rata nasional Rp 1,350,524. Sedangkan rata-rata konsumsi per bulan daging (ayam dan sapi) provinsi ini adalah 0.95 dibanding dengan 0.68 kg/bulan/kapita untuk Indonesia. Tiga provinsi dengan pengeluaran belanja daging tinggi per kapita per bulan daerah perkotaan dalam survei ini adalah DKI Jakarta (Rp 46,365, urutan 1), Jawa Barat (Rp 30,883, urutan 11) dan Banten (Rp 35,354, urutan 8) dibanding rata-rata Indonesia Rp 28,397/bulan/kapita (BPS 2018).

Tumbuhnya kepedulian sebagian masyarakat terhadap pentingnya kesehatan, tercermin dari perilaku pemilihan sumber protein hewani yaitu dengan mulai mencari produk yang lebih alami, bebas dari penggunaan antibiotika, pestisida maupun hormon-hormon pertumbuhan. Permintaan akan produk hewani organik tersebut menciptakan peluang usaha pengadaan, baik yang berasal dari dalam negeri maupun impor. Pandangan terhadap kriteria makanan cenderung berkembang dari sekedar kandungan gizi ke arah makanan sehat dengan pemilihan makanan yang berasal dari bahan organik. Namun, protein

hewani yang ditenakkan secara organik masih rendah produksinya, meskipun di beberapa pasar swalayan besar sudah menyediakannya, baik yang berasal dari lokal ataupun impor.

Pengertian hewan untuk pangan olahan organik mengacu pada beberapa faktor seperti cara pembesaran hewannya, sumber pakan yang terbebas dari penggunaan antibiotika dan hormon-hormon pertumbuhan serta harus memiliki akses lingkungan luar ruangan dan padang rumput untuk memamah-biak (Meyers & Abrams 2010). Di Indonesia, definisi dan regulasi makanan organik secara formal tertuang dalam Peraturan Menteri Pertanian No. 64/Permentan/OT.140/5/2013 Tentang Sistem Pertanian Organik dan dirinci lebih lanjut dalam Peraturan Kepala BPOM Nomor 1 tahun 2017 tentang Pengawasan Pangan Olahan Organik.

Survei yang dilakukan Pew Research Center pada Juni 2016 menemukan bahwa dari 1,480 responden orang dewasa di Amerika Serikat, 55% percaya bahwa produk organik lebih sehat daripada produk konvensional, hanya 3% mengatakan bahwa produk konvensional lebih baik. Namun, sebanyak 41% mengatakan bahwa tidak ada perbedaan dalam hal faedah kesehatan, antara produk organik dan konvensional (www.pewresearch.org 2016).

Diskusi-diskusi mengenai makanan organik semakin sering dilakukan melalui komunitas sampai dengan kampanye-kampanye di masyarakat. Suatu penelitian terhadap 120 responden yang terdiri dari 100 orang bukan anggota komunitas konsumen organik dan sisanya anggota komunitas konsumen organik menemukan 95% responden memiliki motivasi membeli pangan organik karena dianggap lebih sehat. Sedangkan 56.67% responden menyatakan bahwa manfaat utama yang ingin mereka dapatkan dari makanan organik adalah untuk menjaga kesehatan (Akbari, 2016). Kedua penelitian tersebut menunjukkan adanya kecenderungan konsumen memandang makanan organik memiliki faedah kesehatan.

Penelitian ini mencoba mencari faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan membeli daging organik di DKI Jakarta dan sekitarnya dengan mencoba menjawab pertanyaan, Faktor-faktor Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) dan motif pemilihan daging organik manakah yang berpengaruh dalam intensi konsumen membeli daging organik?

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Penelitian-penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi intensi beli makanan organik. Dari 7 konstruk atau faktor yang dipakai dalam penelitian ini, tiga diantaranya masuk dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) yaitu: sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*) serta persepsi diri terhadap kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Ajzen 1991).

Teori Perilaku Terencana (TPB – *Theory of Planned Behavior*)

Perkembangan TPB dalam ilmu psikologi diawali oleh dua teori yang paling menonjol yaitu Teori Informasi yang Terintegrasi (IIT - *Information Integration Theory*) dan Teori Aksi yang Beralasan (TRA - *Theory of Reasoned Action*).

Dalam IIT, seorang individu dapat membuat penilaian akhir atau keseluruhan dengan terlebih dahulu menjalani proses pengintegrasian informasi, yang berasal dari berbagai sumber untuk membantu sampai pada tindakan akhir (Anderson 1971). Informasi persuasif yang ditangkap individu memiliki kualitas nilai (*value*) dan bobot (*weight*) yang lebih lanjut dicerna dalam fungsi proses penilaian (*valuation*) dan pengintegrasian (*integration*) untuk menghasilkan tindakan (*response*). Karena inilah, suatu informasi dapat dilihat dan dirasakan secara berbeda oleh dua individu, berdasarkan perbedaan nilai dan bobotnya pada masing-masing individu tersebut.

Teori Informasi yang Terintegrasi (IIT) kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen (Ajzen & Fishbein 1980) menjadi Teori Aksi yang Beralasan (TRA - *Theory of Reasoned Action*). Dalam teori ini, intensi perilaku (*behavioral intention*) ditambahkan ke faktor IIT atau perilaku seseorang yang akan dipengaruhi.

Teori Perilaku Terencana (TPB – *Theory of Planned Behavior*) banyak digunakan di berbagai penelitian untuk menjelaskan intensi seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Faktor utama dalam TPB adalah niat atau intensi seseorang untuk melakukan suatu perilaku dan umumnya makin kuat intensi pada suatu perilaku, makin kuat kemungkinan perilaku itu dilakukan (Ajzen 1991). TPB mempostulasikan tiga faktor independen penentu dari suatu intensi, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), kemudian norma subjektif (*subjective norm*) serta persepsi diri terhadap kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Ajzen 1991).

Sikap dapat menampakkan evaluasi relatif, perasaan dan kecondongan individu atas suatu objek atau gagasan (Eles & Sihombing 2016). Sikap berkembang dari kepercayaan yang dimiliki seseorang terhadap objek dari sikap tersebut, dan umumnya orang membentuk kepercayaan tentang suatu objek dengan mengasosiasikannya dengan ciri tertentu seperti objek lain, karakteristik atau peristiwa (Ajzen 1991). Dengan kata lain, saat seseorang mempunyai sikap yang positif pada daging organik, maka makin tinggi kemungkinan dia memiliki intensi beli daging organik (Wong & Aini 2017).

Norma subjektif adalah istilah yang mengacu pada persepsi tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen 1991). Jika konsumen percaya bahwa orang-orang yang mereka anggap penting, seperti keluarga dan teman, berpikir bahwa daging organik baik, maka intensi beli daging organik mereka juga akan bertambah (Wong & Aini 2017)

Faktor ketiga dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) sekaligus yang membedakannya dengan *Theory of Reasoned Action* adalah *Perceived Behavioral Control* (PBC). PBC adalah persepsi seseorang tentang susah atau mudahnya mencapai suatu perilaku tertentu (dictio.id 2019). Sebagai contoh jika dua orang mempunyai intensi yang sama untuk belajar ski, lalu keduanya mencoba belajar ski, orang yang percaya diri bahwa dia dapat menguasai permainan ski akan lebih gigih daripada orang yang ragu akan kemampuannya (Ajzen 1991).

Hubungan ketiga faktor-faktor dalam TPB secara agregat ditemukan signifikan menerangkan 75% variansi pada intensi beli makanan organik secara umum dalam penelitian terhadap 154 responden di Iran dengan pemodelan Structural Equation Modelling (SEM) (Sadati & Mohammadi 2012). Suatu riset di Afrika Selatan menemukan hubungan yang signifikan positif secara statistik antara faktor-faktor Sikap dan Norma Subjektif terhadap intensi beli makanan organik (Mhlophe 2016).

Di negara tetangga, Malaysia, ditemukan korelasi positif yang signifikan antara ketiga faktor pembentuk TPB terhadap intensi beli daging organik, namun hanya dua faktor, Norma Subjektif dan PBC, secara signifikan menerangkan intensi beli dalam model regresi yang diajukan (Wong & Aini 2017). Di Yogyakarta, penelitian telah dilakukan untuk mendalami faktor-faktor nilai dan pengetahuan sebagai prediktor intensi beli makanan organik. Riset tersebut melakukan uji empiris terhadap data dari 516 responden wanita

menikah dan menemukan hubungan langsung antara sikap manusia pada makanan organik dengan intensi membelinya (Wijaya 2014).

Sebagai tambahan terhadap variabel terkait TPB, terdapat empat motif yang juga mempengaruhi intensi beli daging organik, yaitu keamanan makanan (*food safety*), kesadaran akan kesehatan (*health consciousness*), harga (*price*) serta karakteristik daging (*meat characteristic*) (Wong & Aini 2017).

Pamor makanan organik belakangan makin naik, dikarenakan persepsi masyarakat bahwa makanan organik adalah makanan yang aman dan tingkat kesadaran masyarakat terhadap kesehatan meningkat. (Akbari, 2016). Di sisi lain, harga yang kurang terjangkau masih menjadi faktor yang menahan masyarakat dari membeli makanan organik. (Akbari, 2016). Dalam hubungan intensi beli dengan faktor harga, suatu penelitian lawas dengan rentang data 1975 sampai 1999 menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan model empiris permintaan daging sapi dan ayam broiler, dimana daging sapi lebih dipengaruhi oleh pendapatan dibandingkan harganya, sedangkan permintaan daging broiler sensitif terhadap perubahan harganya dan tidak dipengaruhi oleh pendapatan (Ilham et al., 2002).

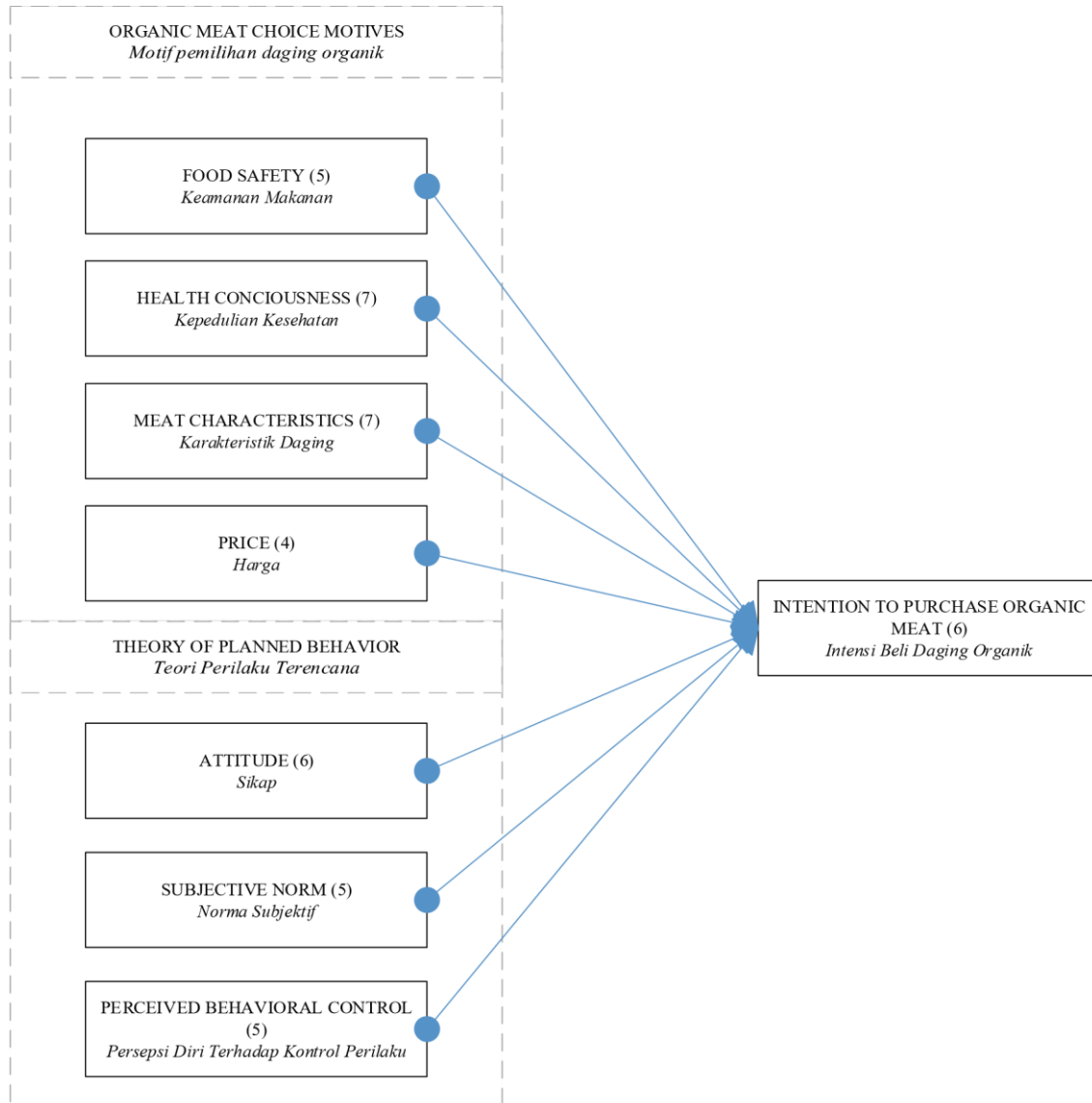
Berdasarkan tinjauan pustaka diatas dan mengacu pada penelitian yang dijadikan sumber replikasi (Wong & Aini 2017), Penulis merangkum dalam 7 hipotesa yang akan dibuktikan dalam studi ini, yaitu:

- H1.** Faktor keamanan makanan (*Food Safety*) berdampak positif terhadap intensi beli daging organik
- H2.** Faktor kesadaran terhadap kesehatan (*Health Consciousness*) berdampak positif terhadap intensi beli daging organik
- H3.** Faktor karakteristik daging (*Meat Characteristics*) berdampak positif terhadap intensi beli daging organik
- H4.** Faktor harga (*Price*) berdampak positif terhadap intensi beli daging organik
- H5.** Faktor sikap (*Attitude*) terhadap daging organik berdampak positif terhadap intensi beli daging organik
- H6.** Faktor norma subjektif (*Subjective Norm*) berdampak positif terhadap intensi beli daging organik
- H7.** Faktor persepsi diri terhadap kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*) berdampak positif terhadap intensi beli daging organik

METODOLOGI PENELITIAN

Model penelitian yang diajukan memiliki format seperti diberikan pada Gambar 1, yang juga pernah dilakukan di Malaysia (Wong & Aini 2017).

Data primer untuk menerangkan model penelitiannya didapat dari survei *online* yang terdiri dari 45 pertanyaan kuesioner yang terbagi dalam 7 variabel independen dan 1 variabel dependen: Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, persepsi diri terhadap kontrol perilaku (*perceived behavioral control* - PBC), keamanan makanan, karakteristik daging, kepedulian kesehatan dan harga serta intensi beli sebagai variabel dependen. Gambar 1 menunjukkan semua konstruk ini terbagi dalam dua golongan terpisah, salah satunya adalah TPB yang subyeknya secara akademis telah dipublikasikan sebelumnya (Ajzen & Fishbein 1980).



Gambar 1. Model Penelitian (angka dalam kurung adalah jumlah pertanyaan dalam kuesioner survei pada masing-masing konstruknya)

Metoda Survei dan Sampel

Dataset dalam penelitian ini didapatkan secara independen dengan metoda survei kuesioner *online* saja kepada responden dalam batas daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi mengingat keterbatasan waktu dan biaya yang tersedia. Skala kuesioner yang dipakai adalah Likert 1 – 5. Metoda sampling non-probabilistik dari penyebaran kuesioner diterapkan mengasumsikan homogenitas dari populasi karena masih terbatasnya toko-toko yang menjual daging organik di daerah penelitian (Cooper D. R. & Schindler P. S. 2014). Penulisan dan penyebaran kuesioner dilakukan dari 6 sampai 21

Maret 2019 melalui situs survei online www.surveymonkey.com dengan target jumlah responden sebanyak 300. Selain 45 pertanyaan-pertanyaan inti untuk membangun model penelitian, diselipkan 9 pertanyaan demografi untuk mengetahui karakteristik dan sebaran responden. Hasil demografi lainnya akan dibahas kemudian.

Metoda Analisa

Analisa penelitian dilakukan secara kuantitatif terdiri dari perhitungan-perhitungan reliabilitas dan validitas kuesioner, pengujian korelasi dan pemodelan regresi berganda untuk menjelaskan pertanyaan-pertanyaan (dan memvalidasi) model penelitiannya. Regresi berganda, bukan regresi logistik, dimungkinkan dan dipilih karena data yang diperoleh dari skala Likert dalam kuesioner dikategorikan sebagai data interval, bukan ordinal, dengan jarak yang sama antar angka berurutan (*equidistant adjacent levels*) (Sekaran & Bougie 2016). Regresi berganda yang diajukan memiliki model umum sebagai berikut:

$$= (, , , , , ,) \quad \text{(Persamaan 1)}$$

Atau secara regresi berganda diberikan sebagai:

$$= + () + () + () + () + () + () + () \quad \text{(Persamaan 2)}$$

Dimana,

a, , ... : Koefisien-koefisien regresi yang dicari

IP : Intensi Beli Daging Organik (*intention to purchase*)

AT : Pengaruh Sikap (*attitude*)

NS : Norma Subjektif (*subjective norm*)

PBC : Persepsi diri terhadap kontrol perilaku (*perceived behavioral control*)

FS : Keamanan Daging (*food safety*)

MC : Karakteristik Daging (*meat characteristics*)

HC : Kepedulian terhadap Kesehatan (*health conciousness*)

P : Harga (*price*)

Ketujuh konstruk tersebut selain diharapkan menjelaskan secara bersamaan, dengan pengaruhnya masing-masing terhadap variabel dependen intensi beli daging organik (IP), juga akan diuji hubungannya secara independen dengan IP. Alat bantu analisa terdiri dari peranti lunak Microsoft Excel dan SPSS.

ANALISIS DATA

Dari target 300 responden lengkap mengisi kuesioner yang disebar secara online, dalam 16 hari tercatat 228 responden mengakses kuesioner dan hanya 176 (77%) lengkap mengisi semua pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Ketertarikan para responden menjawab cenderung menurun seiring dengan jumlah pertanyaan yang dihadapi. 69% dari 176 responden yang melengkapi kuesioner tersebut memerlukan waktu kurang dari 12 menit untuk mengisi surveinya, dengan median waktu melengkapi 00:08:10.

Demografi Responden

Pembahasan demografi diberikan untuk komparasi penelitian sejenis, baik yang telah dilakukan atau lanjutan. Jenis kelamin responden yang melengkapi isian kuesioner didominasi pria sebanyak 64.2%. Demografi dengan 3 jawaban terbanyak untuk pertanyaan-pertanyaan demografi lain diberikan sebagai berikut:

		Terbanyak	Kedua Terbanyak	Ketiga Terbanyak	Total Top 3
1	Usia Responden	30-40 (39.8%)	>40 (36.4%)	20-30 (23.9%)	100.0%
2	Pekerjaan	Swasta (57.4%)	Wiraswasta (18.8%)	PNS (9.7%)	85.80%
3	Penghasilan	>25 Juta Rp (35.2%)	5-15 juta Rp (31.8%)	15-25 juta Rp (21%)	88.10%
4	Tempat Tinggal	Bodetabek (58%)	JakSel (15.9%)	JakTim (10.8%)	84.70%
5	Makan Daging/Minggu	4x atau lebih (36.4%)	2x (22.7%)	3x (21%)	80.10%
6	Makan Daging Organik/Minggu	Tidak pernah (56.3%)	1x (23.9%)	2x (11.9%)	92.00%
7	Daging Organik Sering Dibeli	Tidak pernah (49.4%)	Unggas (34.7%)	Sapi/Kerbau (14.8%)	98.90%
8	Pelabelan Organik Jelas	Tidak pernah beli (50%)	Ya (18.8%)	Terkadang (16.5%)	85.20%

Tabel 1: Tiga hasil jawaban terbanyak dari pertanyaan demografi

Karena terdapat faktor harga dalam konstruk model penelitian ini, DKI Jakarta yang konsumsi dagingnya ranking 1 nasional (survei BPS Maret 2018) masuk cakupan survei. Jawaban pertanyaan penghasilan dari responden menarik untuk digarisbawahi, dimana lebih dari sepertiga responden berpenghasilan lebih dari Rp 25 juta per bulan, sedangkan Produk Domestik Regional Bruto per kapita DKI Jakarta untuk 2017 adalah Rp 19.36 juta per bulan (BPS 2018). Atas dasar itu, dapat diperkirakan bahwa harga akan menonjol dalam menjelaskan intensi beli daging organik.

Walaupun penelitian ini hendak menjelaskan intensi beli dan aktifitas membeli tidak dapat diasumsikan sebagai aktifitas memakan, 56.3% responden menjawab “tidak pernah makan daging organik”. Hal ini, selain menjustifikasikan pentingnya uji validitas dan reliabilitas dari kuesioner, membuka peluang penelitian lanjutan yang menghubungkan “makan” dengan “beli”.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Secara keseluruhan, instrumen kuesioner dapat dianalisa dengan metoda *factor analysis* melihat tingginya nilai Kaiser-Meyer-Olkin dan signifikannya *Bartlett's Test of Sphericity* ($p < 0.01$).

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure 0.936 of Sampling Adequacy.		
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. 6091.021	
	Chi-Square	
	df	990
	Sig.	0.000

Tabel 2: Uji KMO dan Bartlett

Lebih lanjut, didapat 8 komponen konstruk dengan nilai Eigen signifikan (> 1.0) yang mampu menerangkan 69.44% variansi data. Delapan konstruk (termasuk Intensi Beli Daging Organik) telah diberikan sebelumnya pada Gambar 1: model penelitian.

Total Variance Explained			
Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	18.80	41.78	41.78
2	2.97	6.59	48.37
3	2.40	5.33	53.71
4	1.92	4.26	57.97
5	1.57	3.49	61.46
6	1.32	2.92	64.38
7	1.20	2.67	67.06
8	1.07	2.38	69.44

Tabel 3: Komponen-Komponen Berpengaruh Dalam Menerangkan Model Penelitian

Untuk uji reliabilitas (kehandalan), didapat hasil sebagai berikut:

FS	HC	MC	P	AT	SN	PBC	IP
0.597	0.819	0.903	0.865	0.886	0.896	0.904	0.931

Tabel 4: Reliabilitas (kehandalan) Survei Kuesioner

Semua konstruk menunjukkan konsistensi internal yang besar kecuali Keamanan Makanan (*Food Safety*), yang seharusnya memberikan nilai Cronbach Alpha lebih dari 0.6 (Loewenthal, 2004). Untuk keseluruhan survei, nilai ini cukup tinggi sebesar 0.966 (0.965 bila hasilnya distandarkan).

Hubungan Antar Variabel Independen dan Dependen

Hubungan antar semua variabel independen dengan intensi beli daging organik (IP) diberikan pada Tabel 5.

	FS	HC	MC	P	AT	SN	PBC	IP
Pearson's	.383**	.602**	.593**	.656**	.645**	.581**	.774**	1
Spearman's	.431**	.592**	.570**	.614**	.603**	.505**	.765**	1.000
Rank	7	4	5	2	3	6	1	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 5: Korelasi Antar Konstruk

Baik uji korelasi yang mengasumsikan normalitas data (dipakai korelasi Pearson) dan yang tidak mengasumsikan normalitas (uji non-parametrik korelasi Spearman) memberikan nilai statistik yang signifikan ($p < 0.01$). Persepsi diri terhadap kontrol perilaku (PBC), Harga (P), Sikap (AT) dan Kepedulian Kesehatan (HC) merupakan empat besar korelasi dengan intensi beli daging organik (IP).

Hubungan IP dengan konstruk-konstruk lain sebagai variabel-variabel prediktor/independen, sesuai model penelitian Gambar 1, diterangkan dalam model regresi berganda Persamaan 2. Hasil dimana semua konstruk dimasukkan dalam persamaan regresi diberikan pada Tabel 6.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	-0.410	0.334		-1.228	0.221
	FS	-0.064	0.101	-0.039	-0.632	0.528
	HC	0.343	0.114	0.222	3.021	0.003
	MC	-0.084	0.106	-0.063	-0.794	0.428
	P	0.257	0.084	0.215	3.068	0.003
	AT	0.014	0.109	0.011	0.126	0.900
	SN	0.115	0.071	0.099	1.622	0.107
	PBC	0.529	0.099	0.471	5.317	0.000

a. Dependent Variable: IP

Tabel 6: Koefisien Regresi: Semua Konstruk

Terlihat pada Tabel 6 bahwa terdapat 3 variabel prediktor yang secara statistik signifikan menerangkan variabel IP ($p < 0.01$) yaitu kepedulian kesehatan (HC), harga (P) dan persepsi diri terhadap kontrol perilaku (PBC). Tabel 7 menunjukkan bahwa 65.1% variansi data IP diterangkan oleh semua konstruk yang diajukan dalam model penelitian. Tabel anova yang menghasilkan hasil F yang signifikan ($p < 0.01$) sebesar $F(7,168) = 44.854$ menunjukkan bahwa model yang diajukan fit secara statistik.

Model Summary	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.807 ^a	0.651	0.637	0.481
a. Predictors: (Constant), PBC, FS, SN, P, MC, HC, AT				
b. Dependent Variable: IP				

Tabel 7: Model Fit Regresi Dengan Semua Konstruk Dimasukkan

Tabel 8 memberikan koefisien-koefisien regresi yang optimal untuk model intensi membeli daging organik (IP) dengan prediktor-prediktor yang signifikan secara statistik. R kuadrat sebesar 0.644 dengan $p < 0.01$ menunjukkan bahwa 64.4% data IP dapat diterangkan oleh prediktor-prediktor PBC, HC dan P. Persamaan regresi bergandanya diberikan sbb:

$$= -0.501 + 0.306() + 0.252() + 0.561() \quad \text{(Persamaan 3)}$$

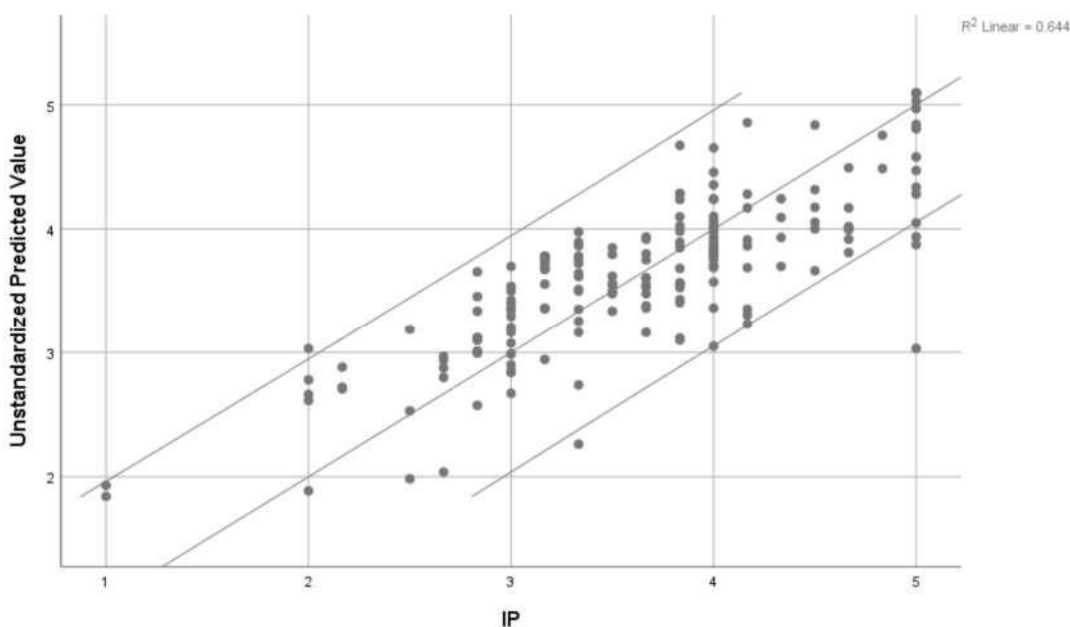
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

(Constant)	-0.501	0.302		-1.660	0.099
HC	0.306	0.090	0.198	3.402	0.001
P	0.252	0.078	0.211	3.245	0.001
PBC	0.561	0.084	0.499	6.679	0.000

a. Dependent Variable: IP

Tabel 8: Koefisien Regresi: Konstruk-konstruk Signifikan

Persamaan 3 jika divisualisasikan akan terlihat seperti grafik pada Gambar 2. Data survei Intensi beli daging (IP) diprediksi dengan hasil persamaan regresi berganda dengan batas 95% *confidence interval*.



Gambar 2: Grafik Variabel Independen (IP) dengan Hasil Prediksi Persamaan 3

KESIMPULAN

Penelitian dengan model ini telah dilakukan sebelumnya di Malaysia (Wong & Aini 2017) dan di replikasi pada penelitian ini untuk sampel daerah Jabodetabek. Konstruk-konstruk yang berpengaruh (signifikan secara statistik $p < 0.01$) pada penelitian terdahulu adalah Persepsi diri terhadap kontrol perilaku (PBC), norma subjektif (SN), harga (P) dan karakteristik daging (MC). Yang menarik, R kuadrat terkoreksi (*adjusted*) pada model regresi persamaan penelitian itu 0.654 dibanding 0.638 pada penelitian ini.

Dengan menyimpulkan, tanpa menggeneralisasikan, arti model regresi yang didapat, intensi beli daging organik dipicu oleh (dengan urutan dari yang paling kuat) PBC, kepedulian kesehatan (HC) dan harga (P). Sama halnya dengan penelitian terdahulu, PBC paling besar mempengaruhi niat, yang bukan merupakan kebetulan karena telah diperkuat secara teori (Ajzen 1991). Variabel kepedulian kesehatan (HC) yang signifikan turut menerangkan intensi beli daging organik karena daging organik dipercaya lebih sehat dibanding daging konvensional. Terakhir, masyarakat sampel yang relatif berpenghasilan tinggi tidak menganggap harga (P) adalah hambatan untuk beli daging organik.

Penelitian ini membuka peluang untuk dilakukannya penelitian lanjutan. Adapun hal-hal yang dapat memperbaiki pemodelan intensi beli yang relevan terhadap penelitian ini adalah:

1. Penambahan konstruk penghasilan responden (selain harga). Riset menemukan bahwa permintaan beragam jenis daging tergantung bukan hanya oleh harganya tetapi oleh pola pengeluaran untuk belanja makanan (Ilham et al., 2002).
2. Penyertaan hubungan antara intensi beli dengan mengkonsumsi (memakan yang dibeli). Hasil pertanyaan demografi dari penelitian ini menunjukkan bahwa 56.3% responden “tidak pernah makan daging organik” dan setengah dari responden “tidak pernah beli daging organik”. Angka-angka tersebut memicu pertanyaan perihal reliabilitas dan validitas instrumen-instrumen yang dipakai untuk memprediksi intensi beli. Tingginya korelasi (yang signifikan secara statistik) harga (P) dengan intensi beli (IP) pada persamaan model penelitian menyimpulkan bahwa para responden pernah beli daging sebelumnya.

Implikasi model penelitian ini secara bisnis adalah: Bahwa penyediaan daging organik diperlukan bagi masyarakat yang peduli sehat tapi tidak begitu mementingkan harganya. Untuk itu, calon pebisnis daging organik perlu mengedukasi masyarakat mengenai dampak kesehatan dari daging organik sehingga intensi beli daging organik semakin tinggi.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior", in *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50: 179–211
- Ajzen, I. (2012). "The Theory of Planned Behavior", in *Handbook of theories of social psychology* (Vol. 1), Lange P. A. M., Kruglanski A. W. & Higgins E. T. (Eds.), Sage, London, UK: 438-459
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ
- Akbari A.D. (2016), *Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Gizi Dan Kesehatan Pangan Organik*, Departemen Gizi Masyarakat Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor, Bogor
- Anderson, N. H. (1971). "Integration theory and attitude change", *Psychological Review*, Vol 78, No. 3, 171-206
- Dictio, <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-perilaku-terencana-atautheory-of-planned-behavior/4897/3> , (21 April 2019)
- Ilham N. Hastuti S. dan Kariyasa K., (2002), "Pendugaan Parameter Dan Elastisitas Penawaran Dan Permintaan Beberapa Jenis Daging di Indonesia", *Jurnal Agro Ekonomi*, Vol 20, No. 2, 1-23
- Mhlophe B. (2016), "Consumer Purchase Intentions Towards Organic Food: Insights From South Africa", *Business & Social Sciences Journal (BSSJ)* I, No.1 (January): 1-32
- Meyers C. dan Abrams K. (2010), "Feeding the Debate: A Qualitative Framing Analysis of Organic Food News Media Coverage", *Journal of Applied Communications* Vol. 94: Iss. 3: 22-36
- Loewenthal, K. M. (2004). *An introduction to psychological tests and scales* (2nd ed.). Hove, UL:Psychology Press.
- Sadati S.A. dan Mohammadi Y. (2012), "Key Values Influence Consumer Intention towards Organic Food in Iran", *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology* Vol 4 No.14 (July), 2055-2060

- Schutte, N., Toppinnen, S., Kalimo, R., and Schaufeli, W. (2000), “The Factorial Validity of the Maslach Burnout Inventory—General Survey (MBI—GS) across Occupational Groups and Nations”, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, Vol 73, No.1, 53– 67
- Sekaran U. and Bougie R. (2016), *Research methods for business : a skill-building approach Seventh edition*. John Wiley & Sons, West Sussex, United Kingdom, Chapter 12
- Wijaya T. (2014), “Nilai Dan Pengetahuan Sebagai Prediktor Intensi Beli Makanan Organik”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol 16, No.1 (Maret), 69–82
- Wong, S.S. dan Aini, M.S.. (2017), “Factors influencing purchase intention of organic meat among consumers in Klang Valley, Malaysia”, *International Food Research Journal* Vol 24, No.2 (April): 767-778
- Outlook Daging Sapi, ISSN 1907-1507, Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian, Jakarta, 2017
- OECD Data Meat Consumption, <https://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.htm>, (31 Maret 2019)
- Tabel Proyeksi Penduduk DKI Jakarta Laki-laki dan Perempuan Menurut Kelompok Umur 2018, <https://jakarta.bps.go.id/dynamictable/2018/01/31/17/tabel-proyeksi-penduduk-dkijakarta-laki-laki-dan-perempuan-menurut-kelompok-umur-2018.html>, (31 Maret 2019)
- Tabel Produk Domestik Regional Bruto Per Kapita Harga Berlaku, <https://www.bps.go.id/dynamictable/2015/10/07/957/-seri-2010-produk-domestikregional-bruto-per-kapita-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-provinsi-2010-2017-riburupiah-.html>, (April 2019)
- The New Food Fights: U.S. Public Divides Over Food Science, <https://www.pewresearch.org/science/2016/12/01/the-new-food-fights/>, (31 Maret 2019)
- Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia per Provinsi Hasil Susenas Maret 2018, ISSN 1979-9942, Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, Jakarta, 2018

LAMPIRAN

HASIL STATISTIK DESKRIPTIF TIAP KONSTRUK

Food Safety (Average = 4.02)	STS	TS	N	S	SS	Average	SD
Menurut Saya Daging Organik merupakan makanan yang terjamin keamanannya	1.7%	4.5%	32.4%	50.6%	10.8%	3.64	0.80
Saya peduli terhadap keamanan daging yang Saya makan	1.1%	0.6%	8.0%	45.5%	44.9%	4.32	0.74
Saya peduli terhadap penyakit hewan seperti flu burung dan influenza H1N1	0.6%	0.0%	1.7%	30.1%	67.6%	4.64	0.58
Saya memperhatikan jumlah kandungan kimia di dalam daging	1.1%	13.6%	30.1%	35.8%	19.3%	3.59	0.99
Daging Organik bebas kandungan kimia, antibiotik dan hormon pertumbuhan	0.6%	5.1%	19.3%	52.8%	22.2%	3.91	0.82
Health Consciousness (Average = 4.13)							
Kesehatan penting dalam hidup saya	0.6%	0.0%	0.6%	27.3%	71.6%	4.69	0.54
Memilih jenis daging yang Saya konsumsi sehari-hari, merupakan keputusan penting	0.0%	0.6%	15.9%	50.0%	33.5%	4.16	0.70
Daging organik baik untuk kesehatan saya	0.6%	2.8%	23.3%	47.2%	26.1%	3.95	0.81
Saya memandang diri Saya sebagai orang yang sadar kesehatan	0.0%	2.8%	12.5%	54.5%	30.1%	4.12	0.73
Saya siap membayar lebih untuk makanan yang sehat	0.6%	4.0%	15.9%	51.7%	27.8%	4.02	0.81
Bila saya membeli daging organik, saya akan membaca label info produknya untuk memastikan keasliannya	0.6%	2.3%	16.5%	49.4%	31.3%	4.09	0.78
Secara umum, daging organik lebih sehat dibanding daging konvensional (daging biasa)	1.1%	1.7%	26.7%	48.9%	21.6%	3.88	0.80
Meat Characteristics (Average = 3.52)							
Daging organik kelihatan lebih menarik	1.7%	6.3%	51.7%	32.4%	8.0%	3.39	0.79
Daging organik memiliki bau yang lebih enak	0.6%	4.5%	64.8%	24.4%	5.7%	3.30	0.67
Daging organik relatif lebih segar	0.0%	4.5%	46.6%	37.5%	11.4%	3.56	0.75
Daging organik memiliki kualitas yang lebih baik	0.0%	3.4%	30.1%	49.4%	17.0%	3.80	0.76
Daging organik memiliki tekstur yang lebih baik dan gurih	0.6%	4.0%	49.4%	36.9%	9.1%	3.50	0.74

Daging organik rasanya lebih enak	1.1%	4.5%	54.5%	31.3%	8.5%	3.41	0.76
Daging organik memiliki nilai nutrisi yang lebih baik daripada daging konvensional (biasa)	0.6%	2.3%	39.8%	42.6%	14.8%	3.69	0.77
Harga daging organik masuk akal (reasonable)	0.6%	18.2%	43.8%	31.8%	5.7%	3.24	0.83
Daging organik yang saya beli memiliki nilai yang sebanding dengan uang yang saya keluarkan	0.6%	6.3%	44.3%	41.5%	7.4%	3.49	0.75
Harga daging organik terjangkau	1.1%	19.9%	48.9%	25.6%	4.5%	3.13	0.82
Saya bersedia membayar harga untuk daging organik	0.6%	7.4%	36.9%	47.2%	8.0%	3.55	0.77

Price
(Average = 3.35)

Attitude (Average = 3.73)

Saya bersedia membayar harga untuk daging organik 0.6% 7.4% 36.9% 47.2% 8.0% 3.55 0.77

Attitude (Average = 3.73)

Daging organik sehat buat saya dan keluarga	0.6%	2.8%	21.0%	56.3%	19.3%	3.91	0.75
Daging organik lebih segar daripada daging konvensional (daging biasa)	0.6%	4.5%	42.0%	42.0%	10.8%	3.58	0.77
Daging organik lebih ramah lingkungan	0.0%	3.4%	32.4%	45.5%	18.8%	3.80	0.78
Daging organik peduli akan aspek kesejahteraan hewan	0.6%	4.5%	34.1%	43.8%	17.0%	3.72	0.82
Pembelian produk yang ramah lingkungan	1.1%	2.3%	26.1%	51.1%	19.3%	3.85	0.79
Daging organik sesuai dengan uang yang dikeluarkan	0.6%	7.4%	40.9%	40.3%	10.8%	3.53	0.81

Subjective Norm (Average = 3.11)

Keluarga saya mempengaruhi saya untuk membeli daging organik	1.7%	27.3%	50.6%	14.8%	5.7%	2.95	0.85
Kenalan-kenalan Saya menganjurkan saya untuk membeli daging organik	3.4%	21.0%	50.6%	21.0%	4.0%	3.01	0.85
Saya merasa senang jika banyak orang mengonsumsi daging organik	2.3%	2.8%	39.8%	45.5%	9.7%	3.57	0.80
Teman-teman saya mendorong saya untuk membeli daging organik	3.4%	19.3%	56.3%	17.0%	4.0%	2.99	0.81
Teman-teman saya menyarankan bahwa saya sebaiknya membeli daging organik	2.8%	17.0%	58.5%	17.0%	4.5%	3.03	0.80

Perceived Behavioral Control (Average = 3.61)

Saya memutuskan secara pribadi untuk mengonsumsi daging organik	1.7%	7.4%	43.8%	37.5%	9.7%	3.46	0.83
Jika saya melihat ada berbagai pilihan daging, saya akan memilih daging organik terlebih dulu	1.7%	10.2%	33.0%	43.8%	11.4%	3.53	0.89
Saya sangat percaya bahwa daging organik adalah baik	1.1%	2.3%	18.8%	60.2%	17.6%	3.91	0.74

Saya merasa senang bila mengkonsumsi daging organik	1.7%	2.8%	33.0%	48.9%	13.6%	3.70	0.80
Saya bersedia membayar dengan harga lebih mahal untuk daging organik	2.8%	9.7%	37.5%	40.3%	9.7%	3.44	0.90

Intention to Purchase Organic Meat (Average = 3.63) **SMT** **MT** **M** **MY** **SMY**

Saya berencana untuk makan daging organik	1.1%	4.5%	31.3%	40.3%	22.7%	3.79	0.89
Saya berharap untuk makan daging organik	1.1%	4.0%	24.4%	46.6%	23.9%	3.88	0.86
Saya akan membeli daging organik	1.1%	4.5%	32.4%	44.3%	17.6%	3.73	0.84
Saya akan memesan menu daging organik saat di Restoran	1.1%	11.4%	35.2%	39.2%	13.1%	3.52	0.90
Saya bersedia mencari-cari penjual/toko guna membeli daging organik	2.3%	19.3%	32.4%	30.1%	15.9%	3.38	1.04
Saya rela membayar harga lebih mahal untuk daging organik	2.3%	14.2%	32.4%	34.1%	17.0%	3.49	1.01

Keterangan:

STS: Sangat tidak setuju, TS: Tidak setuju, N: Netral, S:

Setuju, SS: Sangat setuju

SMT: Sangat mungkin tidak, MT: Mungkin tidak, M: Mungkin,

MY: Mungkin ya, SMY: Sangat mungkin ya