

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor hortikultura merupakan salah satu subsektor penting dalam pembangunan pertanian di Indonesia karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi serta berperan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Komoditas hortikultura meliputi buah-buahan, sayuran, tanaman obat, dan tanaman hias yang memiliki potensi pasar yang besar. Salah satu komoditas hortikultura yang memiliki peran penting dalam konsumsi masyarakat Indonesia adalah cabai rawit. Tanaman ini termasuk dalam keluarga *Solanaceae* dan dikenal luas karena rasanya yang pedas serta kandungan kapsaisin yang tinggi (Rahmawati, 2018). Cabai rawit merupakan salah satu tanaman hortikultura yang penting dan mudah untuk dibudidayakan serta memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Kemudahan budidaya cabai rawit disebabkan oleh kemampuannya beradaptasi pada berbagai kondisi lingkungan, teknik budidaya yang relatif sederhana, serta masa panen yang tidak terlalu lama dibandingkan dengan komoditas hortikultura lainnya. Cabai rawit dipilih sebagai objek penelitian karena salah satu komoditas strategis yang memiliki tingkat konsumsi tinggi. Ada potensi keuntungan dari tingginya permintaan cabai rawit di industri makanan, obat-obatan, dan sebagai bumbu masakan (Kurniawan dan Rahmadani, 2020). Selain itu, harga cabai rawit sering mengalami fluktuasi yang cukup tinggi sehingga komoditas ini memiliki nilai ekonomi yang penting bagi petani. Fluktuasi harga juga dipengaruhi oleh ketidakseimbangan antara pasokan

dan permintaan (Kurniawan dan Rahmadani, 2020). Dengan adanya sebuah fluktuasi tersebut maka diperlukannya pemilihan bibit yang baik sebelum ditanam dan dibudidayakan, karena kualitas bibit yang unggul merupakan salah satu syarat untuk memperoleh hasil tanaman cabai rawit yang baik. Bibit unggul memiliki daya tumbuh yang tinggi, ketahanan terhadap hama dan penyakit, serta mampu menghasilkan buah dengan produktivitas dan mutu yang baik (Prasetyo dan Widodo, 2021).

Kabupaten Sukabumi memiliki potensi pertanian yang layak untuk dikembangkan termasuk dalam budidaya tanaman cabai rawit, karena memiliki kondisi agroklimat yang mendukung, seperti curah hujan yang stabil, ketersediaan lahan pertanian, serta kesuburan tanah yang cukup baik. Kabupaten Sukabumi menempatkan posisi ke-3 sebagai produksi cabai rawit terbesar di Jawa Barat (BPS, 2021). Oleh karena itu, banyak petani di Kabupaten Sukabumi yang mengusahakan budidaya cabai rawit sebagai salah satu komoditas pertanian yang memiliki potensi ekonomi dan peluang pasar yang cukup baik. Luas panen cabai rawit di Kabupaten Sukabumi mencapai sekitar 2.096,40 hektar yang menunjukkan bahwa komoditas ini cukup banyak dibudidayakan oleh petani di wilayah tersebut. Selain itu, produksi cabai rawit di Kabupaten Sukabumi juga mencapai lebih dari 113.000 kuintal pada salah satu periode produksi, sehingga cabai rawit menjadi salah satu komoditas hortikultura yang memiliki kontribusi cukup besar terhadap sektor pertanian daerah (Prasetyo dan Widodo, 2021). Meningkatnya kegiatan budidaya cabai rawit oleh petani di Kabupaten Sukabumi turut mendorong berkembangnya usaha penyediaan bibit cabai rawit di wilayah tersebut. Berbagai perusahaan

pembibitan menawarkan beragam varietas bibit cabai rawit dengan karakteristik keunggulan yang berbeda. Munculnya produk bibit dengan varietas yang beragam memengaruhi preferensi konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk. Oleh karena itu, perbedaan karakteristik varietas bibit dapat memengaruhi preferensi petani dalam memilih bibit yang sesuai dengan kebutuhan budidaya dan kondisi lahan yang dimiliki. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk bersaing adalah dengan mengetahui faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk bibit yang ditawarkan. Selain faktor psikologis, faktor sosial, seperti kelompok referensi dan budaya, juga memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan (Solomon, 2018)

PT Tanah Muda Jaya adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang pertanian, khususnya dalam pembibitan tanaman hortiluktura yang berlokasi di Kabupaten Sukabumi. Perusahaan menawarkan berbagai macam varietas bibit yang sudah bersertifikat dan memiliki kualitas yang baik, termasuk dalam bibit cabai rawit pada varietas ORI 212. Varietas ini dikenal memiliki keunggulan berupa daya tumbuh yang tinggi, tingkat keseragaman tanaman yang baik, serta potensi hasil panen yang stabil. PT Tanah Muda Jaya sebagai salah satu perusahaan pembibitan di Kabupaten Sukabumi yang menjadikan varietas ORI 212 sebagai produk unggulan yang ditawarkan kepada konsumen. PT Tanah Muda Jaya menawarkan harga yang murah dari pembibitan lainnya yang ada di Kabupaten Sukabumi. Strategi harga yang tepat dapat menciptakan persepsi nilai yang lebih tinggi bagi konsumen, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan keuntungan jangka panjang (Kotler dan Keller, 2016). PT Tanah Muda Jaya menawarkan jaminan garansi bila

mana bibit yang dibeli oleh konsumen mengalami kerusakan maka perusahaan tersebut akan mengganti bibitnya dengan jumlah yang sama pada pembelian sebelumnya. Memanfaatkan strategi tersebut, bisnis pada pembibitan dapat meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif serta memastikan produk mereka dikenal dan diminati oleh segmen pasar yang lebih luas. Terdapat beberapa persaingan yang menjadi kompetitor di PT Tanah Muda Jaya, hal terbesar yang menjadi persaingan yaitu dalam penentuan lokasi berdekatan dengan pembibitan sekitar. Persaingan lainnya yang dihadapi oleh PT Tanah Muda Jaya yaitu persaingan harga, kualitas, pelayanan dan distribusi. Akan tetapi, PT Tanah Muda Jaya telah mempunyai antisipasi serta melakukan evaluasi dalam persaingan tersebut.

Keputusan pembelian terhadap bibit cabai rawit sering kali terdapat permasalahan yaitu terhadap jaminan dan garansi yang ditawarkan. Keputusan pembelian suatu produk dengan merek tertentu diawali dengan beberapa langkah yaitu pengenalan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, kriteria evaluasi dan penentuan alternatif (Sumarwan, 2002). Penyebab permasalahan tersebut karena banyaknya produsen mencampur varietas bibit sehingga panen yang dihasilkan tidak sesuai dengan konsumen dan ekspektasi. Sehingga permasalahan utama yaitu menyebabkan para konsumen mengalami keraguan untuk membeli bibit di perusahaan pembibitan.

Keputusan pembelian terhadap pemilihan bibit cabai rawit memerlukan spesifikasi yang unggul untuk menjadi salah satu langkah awal yang sangat penting. Hal tersebut menjadi salah satu faktor-faktor yang memengaruhi keputusan

pembelian. Pada varietas bibit cabai rawit yang ditawarkan pada perusahaan bibit sangat beragam seperti ORI 212, Langgeng, Pelita, Kaliber. Proses ini tidak hanya dipengaruhi oleh harga atau kualitas produk, tetapi juga oleh sejumlah faktor lain yang bersifat psikologis, sosial, budaya, dan pribadi (Kotler dan Keller, 2016). Faktor-faktor yang biasa terjadi dengan adanya keputusan pembelian pada bibit cabai rawit yaitu disebabkan seperti pelayanan, citra merek, kualitas, harga, dan lokasi. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian bibit cabai rawit ORI 212 di PT Tanah Muda Jaya Kabupaten Sukabumi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan sesuai dengan preferensi konsumen, serta kompetitif dalam pasar pembibitan.

1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian bibit cabai rawit ORI 212 di PT Tanah Muda Jaya.
2. Menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian bibit cabai rawit ORI 212 di PT Tanah Muda Jaya.
3. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian terhadap bibit cabai rawit ORI 212 di PT Tanah Muda Jaya.

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan dan informasi mengenai perilaku konsumen dalam membeli bibit cabai rawit ORI 212 dan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.
2. Bagi konsumen atau masyarakat, sebagai informasi dan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian bibit cabai rawit ORI 212.
3. Bagi peneliti, sebagai sarana pembelajaran dan menambah wawasan mengenai perilaku konsumen khususnya pembelian. Bagi para peneliti yang tertarik dengan permasalahan keputusan pembelian bibit cabai rawit dapat digunakan sebagai referensi atau pembanding untuk penelitian selanjutnya.