

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat budidaya anggur di Indonesia memicu minat masyarakat perkotaan untuk terlibat dalam urban farming dan menanam anggur di pekarangan rumah. Sebagai buah subtropis yang populer, anggur bukan hanya dihargai karena rasa manisnya, tetapi juga karena keberagaman jenisnya yang indah untuk dijadikan sebagai elemen estetika yang mempercantik halaman dan pekarangan rumah serta sangat menguntungkan. Hal itu merupakan fenomena yang bagus. Artinya orang-orang merespons peluang pengembangan anggur secara komersial. Makin banyak dikembangkan bisa diseleksi varietas tertentu yang diminati masyarakat sehingga bisa diintroduksi dan dilepas sebagai varietas unggul nasional. (<https://trubus.id/tren-bertanam-anggur-meningkat/> diakses pada tanggal 16 November 2023).

Budidaya anggur mulai berkembang karena pada awalnya banyak pehobi yang membudidayakan anggur dalam skala kecil terutama di perkotaan. Para pehobi menanam anggur dipekarangan atau pot. Indikator lain meningkatnya tren bertanam anggur yakni meningkatnya penjualan bibit. Umumnya masyarakat masih menggunakan bibit anggur impor karena mudah diperoleh, mudah ditanam, memiliki beragam jenis yang unik dan banyak dijual di *marketplace* (Dewi, 2022).

Menurut Dewi (2022) bibit anggur impor yang diminati pembudidaya antara lain Anggur *Jupiter, Harold, Ninel, Black Panther, Julian, Akademik Avidzba*, dan *Victor*. Sementara Indonesia sendiri terdapat varietas anggur unggulan, sebagaimana diizinkan peredarannya oleh Kementerian Pertanian sebanyak 9 (sembilan) varietas. Varietas tersebut antara lain: Probolinggo Biru 81, Bali, Probolinggo Super, Kediri Kuning, Prabu Bestari, Jestro Ag60, Jestro Ag86, Jestro Ag45, dan Jestro Ag 5.

Meningkatnya minat menanam anggur selain karena memiliki banyak keuntungan dari berbagai aspek, ini karena tanaman Anggur (*Vitis vinifera* L.) merupakan salah satu komoditas yang mendapat banyak dukungan dari pemerintah karena anggur merupakan salah satu komoditas binaan Kementerian Pertanian

melalui (Keputusan Menteri Pertanian Nomor 104/Kpts/Hk.140/M/2/2020 tentang Komoditas Binaan Kementerian Pertanian).

Berikut ini disajikan perkembangan produksi anggur di Indonesia, berdasarkan data Statistik Hortikultura Indonesia (Statistik Hortikultura, 2025).



Gambar 1 Perkembangan Produksi Anggur Indonesia Tahun 2018-2024
Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Diagram pada Gambar 1 menunjukkan bahwa produksi anggur di Indonesia mengalami peningkatan pesat pada tahun 2024 yaitu sebesar 18.658 ton, dimana terdapat peningkatan sebesar 5.253 ton produksi anggur di Indonesia dengan tahun sebelumnya yakni tahun 2023. Fluktuasi produksi anggur terjadi pada tahun 2021 (12.164 ton) meningkat pada tahun 2022 (13.516 ton) dan menurun pada tahun 2023 (13.405 ton).

Tanaman Anggur berkembang luas di Indonesia sehingga banyak daerah yang menjadi Sentra Budidaya anggur yakni di Kabupaten Lampung Timur, Kota Metro, Kabupaten Way Kanan, Kota Tangerang Selatan, Kota Jakarta Timur, Kabupaten Subang, Kabupaten Sragen Kabupaten Probolinggo, Kota Palu, Kabupaten Buleleng, Kabupaten Lombok Utara, dan Kabupaten Belu (Dewi, 2022).

Salah satu wilayah di Provinsi DKI Jakarta yang disebut sebagai sentra budidaya anggur adalah di Kota Administrasi Jakarta Timur. Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur mengarahkan warganya untuk menekuni budidaya anggur untuk dilakukan di wilayah permukiman warga, memanfaatkan lahan pada Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA), dan lahan tidur lain, secara *urban farming*. Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur terus mengimbau jajarannya di tingkat Kelurahan dan Kecamatan supaya mengajak warga melakukan budidaya

anggur di masing-masing permukiman. Salah satu pembudidaya anggur yang dijadikan percontohan adalah Kebun Imut Si Nakal terletak di Jalan Malaka II Nomor 40, Kelurahan Malaka Sari, Kecamatan Duren Sawit. Kebun Imut Sinakal, singkatan dari Sigap, Niat, dan Berakal (<https://poskota.co.id/2022/02/26/pemkot-jaktim-targetkan-panen-raya-anggur-pada-tahun-2022-secara-urban-farming>, diakses tanggal 15 November 2023).

Produksi anggur di Provinsi DKI Jakarta menunjukkan tren yang meningkat. Berdasarkan data Statistik Hortikultura Provinsi DKI Jakarta (Statistik, 2025) produksi anggur di Provinsi DKI Jakarta dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Produksi Anggur Per Kuintal di Jakarta Tahun 2020-2024

Jenis Buah	Jumlah Produksi Anggur Per Kuintal di Jakarta				
	2020	2021	2022	2023	2024
Anggur	10	29	104	250	116

Sumber: Badan Pusat Statistik DKI Jakarta (2025)

Tabel 1 menunjukkan tahun 2020 jumlah produksi sebanyak 10 kuintal, kemudian pada tahun 2021 menjadi 29 kuintal, dan pada tahun 2022 produksi meningkat pesat hingga mencapai 104 kuintal, serta tahun 2023 produksi terbesar sebesar 250 kuintal. Akan tetapi, terdapat penurunan produksi anggur di Jakarta pada tahun 2024 menjadi 116 kuintal. Meningkat dan menurunnya produksi buah anggur di Provinsi DKI Jakarta berdampak pada kebutuhan penyediaan bibit anggur di wilayah Jakarta dan sekitarnya.

Hasil pengamatan awal yang telah dilakukan bahwa pembudidaya anggur yang dijadikan percontohan yaitu Kebun Imut Si Nakal telah mengembangkan usaha pembibitan dengan membuka cabang di RT. 1, RW. 06, Kelurahan Pulogebang, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Peminat bibit anggur yang datang ke lokasi tersebut, sekitar 20 (dua) puluh orang per hari dan jumlah pembeli per hari sekitar 10 (sepuluh) orang. Peminat bibit anggur ini sangat beragam karena terdapat beberapa pelanggan dengan berbagai motif dalam menanam anggur, seperti individu yang tertarik untuk mengembangkan hobi berbudidaya hortikultur, berbudidaya karena serangkaian aktivitas komunitas, pelaku usaha budidaya untuk menghasilkan komoditi anggur untuk dijual (komersial), serta ada pula peminat bibit anggur yang bertujuan untuk menanam anggur di lokasi usahanya, sebagai aksesoris untuk menarik pelanggan, contohnya pemilik/pengelola usaha cafe. Salah satu aspek yang menarik untuk diteliti berdasarkan pengamatan awal di lokasi

penelitian adalah mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian bibit anggur.

Setiap pelaku usaha berharap untuk mampu meningkatkan hasil penjualan dan keuntungan, melalui peningkatan jumlah dan perluasan segmen pembeli, sehingga diperlukan pengamatan terhadap perilaku pembeli atau pengguna (*consumer behavior*). Menurut Kotler, Kartajaya, & Setiawan (2019) saat membuat keputusan untuk membeli, maka pembeli pertama kali didorong oleh preferensi individu dan lingkungan sosialnya. Pembeli umumnya lebih memperhatikan lingkungan sosialnya, saat membuat keputusan. Orientasi membuat keputusan pembelian mengalami pergeseran dari individu ke sosial, pembeli lebih mengandalkan faktor teman, keluarga, penggemar, dan pengikut. Sementara penulis lain menyebutkan bahwa pemahaman yang baik mengenai perilaku konsumen akan memperbesar kemungkinan untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Ridho, 2020).

Pemahaman tentang perilaku konsumen dan keputusan pembelian sangat penting bagi tenaga pemasaran atau pihak penjual, sehingga mereka dapat merumuskan pendekatan strategi pemasaran yang akan dilakukannya untuk setiap segmen calon pembeli. Sebelum membuat keputusan pembelian, konsumen membuat beberapa pertimbangan guna sampai pada keputusan pembelian dan konsumen melewati tahapan proses keputusan pembelian (Tonce dan Rangga, 2022). Berdasarkan hal ini maka pelaku usaha penjualan bibit anggur perlu memahami konsep perilaku pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhinya (Lamb, Hair JR, & McDaniel, 2019).

Salah satu konsep dasar dari keputusan pembelian telah dibuat oleh Bearden, Laforge, dan Ingram (2004), yaitu bahwa keputusan pembelian (*purchase decision*), dipengaruhi oleh faktor individu, lingkungan sosial, dan situasional. Faktor individu meliputi *personality* (kepribadian), *motivation* (motivasi), *life style* (gaya hidup), faktor lingkungan sosial meliputi *family* (keluarga), *interpersonal influences* (pengaruh pertemanan), *sosial class* (status/kelas sosial), dan *culture* (budaya), dan faktor situasional meliputi *presence of others* (kehadiran orang lain), *in-store stimuli* (stimulasi saat melihat situasi di tempat pembelian), dan *anticipated use* (kegunaan di masa depan). Sementara itu, keputusan pembelian meliputi

tahapan sebagai berikut, *recognition of need or problem* (mengenali kebutuhan atau masalah), *search for information* (mengumpulkan informasi), *evaluation of alternatives* (membandingkan alternatif pilihan yang hendak dibeli), dan *purchase* (melakukan pembelian).

Sebuah keputusan pembelian yakni seseorang keputusan dimana konsumen menemukan salah satu dari berbagai cadangan seleksi dan sikap yang menggabungkan pengetahuan proses integrasi guna mengevaluasi perilaku dari dua ataupun lebih cadangan maupun memilih salah satu dari mereka (Tonce dan Ranga, 2022). Keputusan pembelian adalah keputusan atau tindakan dari satu atau lebih yang dijadikan pertimbangan sebagai alternatif pilihan. Sebelum membeli, konsumen akan melakukan beberapa pertimbangan, apakah membeli atau tidak, jika konsumen kemudian memutuskan membeli atau tidak membeli, maka konsumen sudah melakukan keputusannya.

Berdasarkan pengamatan awal di lapangan keputusan pembelian bibit anggur bermula dari ketertarikan seseorang untuk memulai tanam anggur. Ketertarikan seseorang dalam memulai budidaya suatu tanaman, termasuk berbudidaya anggur, merupakan suatu pertimbangan keputusan yang bersifat unik. Umumnya motif berbudidaya anggur dalam skala besar dan luas dilatarbelakangi pertimbangan komersial untuk memperoleh laba, sementara menanam anggur pada skala kecil di lingkungan rumah dilatarbelakangi pertimbangan minat untuk menimbulkan suasana asri di lingkungan rumah dan berharap ada tambahan pendapatan dari penjualan hasil panen anggur. Minat untuk memulai tanam anggur dilatarbelakangi oleh pemahaman pembudidaya bahwa budidaya tanaman anggur memiliki manfaat ekonomi dan ekologi, serta menimbulkan rasa bangga saat tanaman tersebut dapat berbuah.

Berdasarkan uraian permasalahan yang berkaitan dengan kepentingan pelaku usaha penjualan bibit anggur untuk memahami konsep perilaku pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhinya sebagaimana diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Bibit Anggur di Kebun Anggur Pulogebang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh faktor individu terhadap keputusan pembelian bibit anggur di Kebun Anggur Pulogebang Jakarta Timur?
2. Bagaimana pengaruh faktor lingkungan sosial terhadap keputusan pembelian bibit anggur di Kebun Anggur Pulogebang Jakarta Timur?
3. Bagaimana pengaruh faktor situasional terhadap keputusan pembelian bibit anggur di Kebun Anggur Pulogebang Jakarta Timur?
4. Bagaimana pengaruh faktor individu, lingkungan sosial dan situasional secara simultan terhadap keputusan pembelian bibit anggur di Kebun Anggur Pulogebang Jakarta Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh faktor individu terhadap keputusan pembelian bibit anggur di Kebun Anggur Pulogebang Jakarta Timur.
2. Mengetahui pengaruh faktor lingkungan sosial terhadap keputusan pembelian bibit anggur di Kebun Anggur Pulogebang Jakarta Timur.
3. Mengetahui pengaruh faktor situasional terhadap keputusan pembelian bibit anggur di Kebun Anggur Pulogebang Jakarta Timur.
4. Mengetahui pengaruh faktor individu, lingkungan sosial dan situasional secara simultan terhadap keputusan pembelian bibit anggur di Kebun Anggur Pulogebang Jakarta Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi pelaku usaha, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan masukan dalam menjalankan usaha perkebunan bibit anggur Kebun Anggur Pulogebang.
2. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana faktor-faktor individu, lingkungan sosial, dan situasional dapat memengaruhi keputusan pembelian.