Tingkat Persepsi Nilai, Risiko Dan Preferensi Masyarakat Banjarmasin Terhadap Produk Hijau Berdasarkan Demografis

Rizka Zulfikar, S.Tp, MM¹⁾ Prihatini Ade Mayvita, SE, MM²⁾
¹⁾ rizkazulfikar@gmail.com, ²⁾ ademayvita@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tingkat persepsi nilai, risiko dan preferensi masyarakat Banjarmasin berdasarkan demografis dan selanjutnya digunakan untuk mendapatkan segmen potensial untuk pemasaran produk hijau. Populasi dan Sampel adalah masyarakat kota Banjarmasin sebanyak 150 responden secara non purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan : analisis deskriptif kualitatif – kuantitatif, analisa perbandingan rata-rata dan permodelan dengan SEM. Hasil penelitian menemukan bahwa Tingkat persepsi nilai dan persepsi risiko masyarakat kota Banjarmasin terhadap produk hijau sudah cukup baik sedangkan tingkat preferensi masyarakat masih mayoritas dalam kategori rendah, sedangkan Segmen demografis potensial yang dapat dijadikan sebagai target pasar produk hijau antara lain adalah gender perempuan, usia 31 – 40 tahun dan di atas 50 tahun, pekerjaan swasta dan pelajar/mahasiswa, penghasilan antara Rp 2 Juta – Rp 4,9 Juta dan tingkat pendidikan Diploma dan S-1. Variabel yang dipengaruhi oleh demografis adalah persepsi nilai dan preferensi masyarakat terhadap produk hijau.

1. Latar Belakang

Dalam pemasaran produk hijau, kegiatan memahami karakteristik konsumen menjadi hal yang sangat penting agar para pengembang produk dapat menentukan strategi pemasaran perusahaan. Salah satu kegiatan yang seringkali dilakukan untuk memahami konsumen adalah segmentasi di segmentasi pasar yang seringkali digunakan adalah segmentasi demografis karena variabel cenderung lebih mudah diukur dan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Tujuan

- Mendapatkan gambaran tentang tingkat persepsi nilai, persepsi risiko dan preferensi masyarakat Banjarmasin terhadap produk hijau
- Menentukan segmentasi potensial yang dapat dijadikan target pemasaran produk hijau.
- Berperan serta dalam kegiatan yang mendukung pengembangan produk hijau.

3. Metode

- Penelitian dilaksanakan di Banjarmasin pada bulan Januari - Mei 2018
- Populasi adalah masyarakat kota Banjarmasin dengan jumlah sampel = 150 sampel.
- jumlah minimum sampel didapat dengan rumus slovin.
- Instrumen penelitian adalah Kuesioner
- Teknik analisis data : (1) analisis deskriptif kualitatif – kuantitatif, (3) analisa compare means, dan (3) analisis Structural Equation Model

4. Hasil

Rata-Rata Persepsi Nilai, Risiko dan Preferensi Terhadap Produk Hijau

Faktor Demografis	Persepsi Nilai	Persepsi Risiko	Preferensi
Gender			
Laki-laki	2.87	3.37	2.43
Perempuan	3.12	3.14	2.67
Usia			
Dibawah 20 Tahun	3.00	3.03	2.38
21 – 30 Tahun	2.89	3.25	2.95
31 – 40 Tahun	3.23	3.40	2.29
41 – 50 Tahun	2.92	3.24	2.20
Di atas 50 Tahun	3.14	3.00	2.00
Pekerjaan			
Tidak Bekerja	3.11	3.17	2.24
Pelajar/Mahasiswa	3.04	3.00	2.29
Pegawai Negeri	3.07	3.29	2.68
Karyawan Swasta	3.21	3.16	2.88
Jasa Profesi	3.00	3.25	2.00
Wirausaha	3.14	3.23	1.75
Penghasilan			
< Rp 1 juta	3.14	3.09	2.18
Rp 1 – Rp 2.499	3.15	2.97	1.83
Rp 2.5 – Rp 4.9 Jt	3.31	2.85	2.92
Rp 5 – Rp 9.9 Jt	3.06	3.33	2.12
>Rp 10 juta	3.14	3.43	2.94
Pendidikan			
SD-SLTP/SLTA	3.06	3.14	2.21
D1-D3, D3	2.91	3.00	2.23
S-1	3.11	3.22	2.59
S-2	3.00	3.16	2.17
S-3	3.00	3.30	2.00

Model SEM sesudah Modifikasi

Hasil Uji Pengaruh

		F _{hitung}	F _{tabel}	Signifikan
Persepsi Nilai	Gender	0.000	0.0147	1.000
	Usia	0.007	0.010	0.993
	Pekerjaan	0.000	0.010	1.000
	Penghasilan	0.004	0.0095	0.996
Persepsi Risiko	Gender	0.000	0.010	1.000
	Usia	0.700	0.010	0.404
	Pekerjaan	0.000	0.010	1.000
	Penghasilan	0.000	0.010	1.000
Preferensi	Gender	0.000	0.0147	1.000
	Usia	0.000	0.010	1.000
	Pekerjaan	0.000	0.010	1.000
	Penghasilan	0.000	0.010	1.000

Faktor demografis hanya memberikan pengaruh yang nyata terhadap tingkat persepsi nilai dan preferensi masyarakat dan tidak berpengaruh nyata terhadap tingkat persepsi risiko.

5. Simpulan & Saran

Masyarakat Banjarmasin sudah memiliki tingkat penilaian yang cukup baik terhadap persepsi nilai dan risiko namun masih rendah dalam hal tingkat preferensi. Segmentasi potensial yang didapatkan dalam penelitian ini adalah : perempuan, usia 31 – 40 tahun dan di atas 50 tahun, pekerjaan swasta dan pelajar/mahasiswa, penghasilan antara Rp 2 Juta – Rp 4,9 Juta dan tingkat pendidikan Diploma dan S-1

6. Ucapan Terima Kasih

Kami haturkan ucapan terima kasih kepada Yayasan Uniska Banjarmasin yang telah membantu pendanaan penelitian ini.

Daftar Pustaka :

- Zulfikar, R., & Mayvita, P. A. (2017, December). Tingkat Kepercayaan dan Minat Beli Masyarakat Banjarmasin Terhadap Produk Hijau Berdasarkan Segmentasi Demografis. In *Proceeding of National Conference on Asbis* (Vol. 2, No. 1, pp. 410-426).
- Zulfikar, R., & Mayvita, P. A. (2018). The Relationship of Perceived Value, Perceived Risk, and Level of Trust Towards Green Products of Fast Moving Consumer Goods Purchase Intention. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 15(2), 1-14.
- Zulfikar, R., & Banjarmasin, U. I. K. M. The Structural Equation Models Of Environmental Concern and Knowledge To Green Trust and Green Purchase Intention Towards Green Products (Guideliness).
- Zulfikar, R., & Mayvita, P. A. (2019). Does Green Economy Video Really Work? The Effectiveness of Using Video Content Marketing in Forming MSMEs Perception and Behavior to Implement Green Economy. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 16(1), 34-45.ar
- Zulfikar, R., & Mayvita, P. A. (2019). DIVERSIFIKASI PRODUK OLAHAN BERBASIS IKAN PATIN SEBAGAI POTENSI USAHA BAGI PANTI ASUHAN AL AMIN DAN SULTAN SURIANSYAH BANJARMASIN. *JURNAL PENGABDIAN AL-IKHLAS UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN MUHAMMAD ARSYAD AL BANJARY*, 4(1).