





## Analisis Karakteristik Gender dan Pendidikan terhadap Minat Beli Produk Pangan Organik

Rahmawati Setiyani\*<sup>1</sup>, Esti Dwi Rahmawati<sup>2</sup>, Annisa Nugraheni Afridhianika<sup>1</sup>, Nur Anggeliana Wati<sup>1</sup>, Ihsan Udin<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

Email: [rahmawati\\_setiyani@udb.ac.id](mailto:rahmawati_setiyani@udb.ac.id)

Article Info	
<p><b>Article History</b>            Received : 02-06-2026            Accepted : 30-06-2026            Online : 02-07-2026</p> <p><b>Keywords</b>            gender;            minat beli;            pangan organik.</p>	<p><i>Abstrak: Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan keamanan pangan mendorong perkembangan konsumsi produk pangan organik di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara karakteristik gender dan tingkat pendidikan terhadap minat beli produk pangan organik. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis Chi-square terhadap 76 responden konsumen produk pangan organik di Kota Surakarta yang dipilih dengan Teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki minat beli terhadap produk pangan organik. Perempuan dan responden dengan tingkat pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki minat beli yang lebih baik dibandingkan kelompok lainnya. Hasil uji Chi-Square menunjukkan bahwa gender dan pendidikan tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat beli produk pangan organik, namun dipengaruhi oleh faktor lain seperti kesadaran kesehatan, persepsi manfaat, dan gaya hidup sehat dibandingkan faktor demografis.</i></p> <p><i>Abstract: Increasing public awareness of health and food safety has driven the growth of organic food consumption in Indonesia. This study aims to analyze the relationship between gender characteristics and education level on purchasing interest in organic food products. The study was conducted using a quantitative approach using Chi-square analysis on 76 respondents who were consumers of organic food products in Surakarta City who were selected using purposive sampling techniques. The results showed that most respondents had purchasing interest in organic food products. Women and respondents with higher education levels tended to have better purchasing interest than other groups. The results of the Chi-Square test showed that gender and education did not have a significant relationship on purchasing interest in organic food products, but were influenced by other factors such as health awareness, perceived benefits, and healthy lifestyles compared to demographic factors.</i></p>
<p>Support by:</p> 	 <p>This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">CC-BY-SA</a> license</p>

### A. PENDAHULUAN

Pasar makanan sehat dunia diperkirakan mencapai nilai sebesar USD 1.063,3 miliar pada tahun 2025 dan diproyeksikan meningkat hingga USD 2.013,0 miliar pada tahun 2033. Pertumbuhan tersebut diperkirakan berlangsung dengan tingkat pertumbuhan tahunan majemuk (Compound Annual Growth Rate/CAGR) sebesar 8,1% selama periode 2026–2033 (Grand View Research, 2025). Dalam perkembangan pasar tersebut, produk

organik Indonesia memiliki kontribusi sebesar 1,9% terhadap permintaan global dan sekitar 8,6% pada pasar kawasan Asia Pasifik, dengan nilai pengeluaran per kapita mencapai US\$4,0 juta pada tahun 2023 (Organic Trade Association, 2025). Pertumbuhan industri makanan sehat ini dipengaruhi oleh semakin tingginya perhatian masyarakat terhadap kesehatan dan pemenuhan kebutuhan gizi.

Meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga kesehatan mendorong perubahan pola konsumsi pangan di Indonesia. Masyarakat mulai berupaya menerapkan pola makan yang lebih sehat untuk meningkatkan asupan nutrisi, mengendalikan berat badan, serta menurunkan risiko berbagai penyakit. Kondisi tersebut turut meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap produk makanan dan minuman organik. Selain itu, kekhawatiran terhadap dampak penggunaan pestisida dan bahan kimia sintetis dalam kegiatan pertanian terhadap kesehatan manusia dan kelestarian lingkungan juga mendorong konsumen untuk memilih produk organik sebagai alternatif pangan yang dinilai lebih aman dan ramah lingkungan.

Di Indonesia, pasar pangan organik terus mengalami perkembangan. Produk pangan organik kini semakin mudah dijumpai di berbagai supermarket, toko ritel modern, hingga platform perdagangan elektronik. Meningkatnya tren *green consumerism* turut mendorong masyarakat, khususnya kelompok konsumen kelas menengah, untuk mulai memilih produk yang dianggap lebih sehat, aman, dan berkualitas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pangan organik tidak lagi dipersepsikan sebagai produk eksklusif, melainkan telah berkembang menjadi bagian dari pola hidup masyarakat modern, terutama di wilayah perkotaan. Selain itu, meningkatnya kesadaran kesehatan dan persepsi nilai konsumen diketahui turut memengaruhi minat masyarakat dalam membeli produk pangan organik (Napitupulu et al., 2025a).

Meskipun tren konsumsi produk organik terus meningkat, tidak semua konsumen memiliki tingkat minat beli yang sama. Perbedaan karakteristik individu dapat memengaruhi pola pikir, preferensi, dan keputusan pembelian konsumen terhadap produk pangan organik. Karakteristik demografis seperti gender dan tingkat pendidikan diduga menjadi faktor yang memengaruhi minat beli konsumen karena berkaitan dengan cara individu memahami manfaat kesehatan, keamanan pangan, dan isu lingkungan.

Gender merupakan salah satu karakteristik demografis yang dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan pilihan produk pangan. Perbedaan peran, pola pikir, dan tanggung jawab sosial antara laki-laki dan perempuan menyebabkan adanya variasi dalam perilaku konsumsi maupun proses pengambilan keputusan pembelian. Konsumen perempuan pada umumnya lebih memperhatikan aspek kesehatan keluarga, kandungan gizi, serta keamanan pangan dibandingkan konsumen laki-laki. Terdapat perbedaan pola konsumsi dan aktivitas yang berkaitan dengan kesehatan antara laki-laki dan perempuan pada periode pascapandemi COVID-19 (Chong et al., 2024). Selain itu, (Feraco et al., 2024) juga mengungkapkan bahwa gender memiliki pengaruh terhadap pola makan dan perilaku konsumsi individu. Dalam perilaku konsumtif, perempuan cenderung memiliki perhatian yang lebih besar terhadap kualitas produk serta penerapan gaya hidup sehat dibandingkan laki-laki (Churin In et al., 2024).

Dalam konteks konsumsi pangan organik, gender juga diketahui berperan dalam membentuk minat beli konsumen. (Gundala et al., 2022) menjelaskan bahwa gender berfungsi sebagai variabel moderasi terhadap purchase intention produk organik. Konsumen perempuan umumnya memiliki tingkat kesadaran kesehatan dan kepedulian lingkungan yang lebih tinggi sehingga menunjukkan kecenderungan lebih besar untuk membeli produk pangan organik dibandingkan konsumen laki-laki. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian (Helvacı et al., 2025) yang menyatakan bahwa gender dan sikap

terhadap pola makan sehat menjadi faktor penting dalam membentuk *sustainable food literacy* pada generasi muda.

Selain gender, tingkat pendidikan juga merupakan faktor yang berkontribusi dalam membentuk perilaku konsumsi masyarakat. Pendidikan berkaitan dengan kemampuan individu dalam memperoleh, memahami, dan mengevaluasi informasi mengenai suatu produk. Konsumen dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki literasi pangan yang lebih baik, memahami manfaat kesehatan produk organik, serta memiliki kepedulian yang lebih tinggi terhadap isu lingkungan. Tingkat pendidikan juga memengaruhi kemampuan konsumen dalam memahami label, sertifikasi, dan informasi kandungan produk sehingga dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian.

Berbagai penelitian terdahulu mengenai produk pangan organik lebih banyak berfokus pada faktor psikologis konsumen, seperti health consciousness, perceived value, attitude, dan purchase intention (Eberle et al., 2023; Napitupulu et al., 2025a, 2025b; Rohman et al., 2023). Selain itu, (Peruzzi et al., 2023) meneliti faktor-faktor yang memengaruhi pembelian makanan organik di Indonesia dari perspektif perilaku konsumen. Namun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh karakteristik demografis, khususnya gender dan tingkat pendidikan, terhadap minat beli produk pangan organik masih relatif terbatas, terutama pada konteks konsumen di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan penelitian sebelumnya karena lebih menitikberatkan pada analisis segmentasi konsumen berdasarkan karakteristik demografis.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena hasilnya diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha pangan organik dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran. Informasi mengenai perbedaan minat beli berdasarkan gender dan tingkat pendidikan dapat dimanfaatkan dalam menentukan segmentasi pasar, target konsumen, strategi promosi, serta program edukasi mengenai pentingnya konsumsi pangan sehat dan berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian perilaku konsumen, khususnya pada sektor pangan organik di Indonesia.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk mengidentifikasi hubungan antara karakteristik gender dan tingkat pendidikan terhadap minat beli produk pangan organik di Kota Surakarta. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun dan memiliki pemahaman mengenai produk pangan organik. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 76 responden. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Variabel gender dibedakan menjadi laki-laki dan perempuan, sedangkan tingkat pendidikan dikelompokkan berdasarkan jenjang pendidikan terakhir responden. Minat beli diukur melalui kecenderungan responden dalam memilih, mencoba, dan membeli produk pangan organik. Tahapan analisis dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan profil responden dan distribusi jawaban penelitian. Selanjutnya, pengujian hubungan antarvariabel dilakukan menggunakan uji Chi-Square dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Hasil pengujian dinyatakan signifikan apabila nilai probabilitas ( $p$ -value) < 0,05, yang menunjukkan adanya hubungan antara karakteristik responden dan minat beli produk pangan organik.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

## Hasil Pengujian

Uji statistik deskriptif crosstab menyajikan data dalam bentuk tabulasi, yang meliputi baris dan kolom. Penyajian data pada umumnya adalah data kualitatif, khususnya berskala nominal seperti hubungan antara variabel dengan gender, usia, pekerjaan, pendapatan dan lain sebagainya.

**Case Processing Summary**

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
	Gender * Minat Beli	76	100.0%	0	0.0%	76
Pendidikan * Minat Beli	76	100.0%	0	0.0%	76	100.0%

Gambar 1. Output *case processing summary*

Gambar 1 menunjukkan bahwa seluruh data responden penelitian dinyatakan valid sebanyak 76 responden atau sebesar 100%, sehingga tidak terdapat data yang hilang (missing data).

**Crosstab**

			Minat Beli		Total
			Minat	Tidak Minat	
Gender	Laki-laki	Count	23	6	29
		Expected Count	24.8	4.2	29.0
		% of Total	30.3%	7.9%	38.2%
	Perempuan	Count	42	5	47
		Expected Count	40.2	6.8	47.0
		% of Total	55.3%	6.6%	61.8%
Total		Count	65	11	76
		Expected Count	65.0	11.0	76.0
		% of Total	85.5%	14.5%	100.0%

Gambar 2. Output *crosstab* antara gender dan minat beli

Gambar 2 terlihat bahwa responden memiliki minat terhadap produk pangan organik, yaitu sebanyak 65 responden (85,5%), sedangkan responden yang tidak memiliki minat sebanyak 11 responden (14,5%). Berdasarkan karakteristik gender, responden laki-laki yang memiliki minat beli terhadap produk pangan organik berjumlah 23 orang (30,3%), sedangkan yang tidak berminat sebanyak 6 orang (7,9%). Pada kelompok perempuan, jumlah responden yang memiliki minat beli lebih tinggi, yaitu sebanyak 42 orang (55,3%), sedangkan yang tidak berminat sebanyak 5 orang (6,6%).

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1.464 <sup>a</sup>	1	.226		
Continuity Correction <sup>b</sup>	.764	1	.382		
Likelihood Ratio	1.423	1	.233		
Fisher's Exact Test				.316	.190
Linear-by-Linear Association	1.444	1	.229		
N of Valid Cases	76				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.20.

b. Computed only for a 2x2 table

Gambar 3. Output *Chi-Square* gender dan minat beli

Gambar 3 merupakan hasil uji Chi-Square menunjukkan nilai Pearson Chi-Square sebesar 1,464 dengan nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) sebesar 0,226 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara gender dan minat beli produk pangan organik.

**Crosstab**

		Minat Beli		Total	
		Minat	Tidak Minat		
Pendidikan	Menengah	Count	31	6	37
		Expected Count	31.6	5.4	37.0
		% of Total	40.8%	7.9%	48.7%
	Tinggi	Count	34	5	39
		Expected Count	33.4	5.6	39.0
		% of Total	44.7%	6.6%	51.3%
Total	Count	65	11	76	
	Expected Count	65.0	11.0	76.0	
	% of Total	85.5%	14.5%	100.0%	

Gambar 4. Output *crosstab* antara pendidikan dan minat beli

Gambar 4 terlihat bahwa responden memiliki minat terhadap produk pangan organik, yaitu sebanyak 65 responden (85,5%), sedangkan responden yang tidak memiliki minat sebanyak 11 responden (14,5%). Berdasarkan karakteristik pendidikan, responden pendidikan menengah yang memiliki minat beli terhadap produk pangan organik berjumlah 31 orang (40,8%), sedangkan yang tidak berminat sebanyak 6 orang (7,9%). Pada kelompok pendidikan tinggi, jumlah responden yang memiliki minat beli lebih tinggi, yaitu sebanyak 34 orang (44,7%), sedangkan yang tidak berminat sebanyak 5 orang (6,6%).

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.177 <sup>a</sup>	1	.674		
Continuity Correction <sup>b</sup>	.009	1	.925		
Likelihood Ratio	.177	1	.674		
Fisher's Exact Test				.752	.462
Linear-by-Linear Association	.175	1	.676		
N of Valid Cases	76				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.36.

b. Computed only for a 2x2 table

Gambar 5. Output *Chi-Square* pendidikan dan minat beli

Gambar 5 merupakan hasil uji Chi-Square menunjukkan nilai Pearson Chi-Square sebesar 0,177 dengan nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) sebesar 0,674 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan dan minat beli produk pangan organik.

## Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki minat beli terhadap produk pangan organik. Kondisi ini menunjukkan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi pangan sehat dan aman. Produk pangan organik dipandang memiliki manfaat kesehatan yang lebih baik sehingga mampu menarik minat konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Eberle et al., 2023) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat kesehatan dan kualitas produk menjadi faktor penting dalam membentuk minat beli pangan organik.

Berdasarkan gender, perempuan cenderung memiliki minat beli yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Perempuan umumnya lebih memperhatikan pola makan dan kesehatan sehingga lebih selektif dalam memilih produk pangan. Hasil ini didukung oleh (Chong et al., 2024) dan (Feraco et al., 2024) yang menemukan bahwa perempuan lebih cenderung menerapkan pola konsumsi sehat dibandingkan laki-laki. Namun demikian, hasil pengujian menunjukkan bahwa gender tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat beli pangan organik. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh jenis kelamin, tetapi juga oleh kesadaran kesehatan, persepsi manfaat, dan gaya hidup. Temuan tersebut sejalan dengan (Gundala et al., 2022) yang menyatakan bahwa gender bukan faktor utama dalam menentukan niat beli produk organik.

Pada karakteristik pendidikan, responden dengan pendidikan lebih tinggi menunjukkan kecenderungan minat beli yang lebih baik terhadap produk pangan organik. Tingkat pendidikan memungkinkan individu memiliki pengetahuan yang lebih luas mengenai kesehatan dan keamanan pangan. Namun, pendidikan tidak menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap minat beli. Hal ini mengindikasikan bahwa minat beli pangan organik lebih dipengaruhi oleh faktor psikologis dan persepsi konsumen dibandingkan karakteristik demografis. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Rohman et al., 2023) yang menjelaskan bahwa *perceived value* memiliki pengaruh lebih besar terhadap minat beli produk organik dibandingkan faktor demografis.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki minat beli terhadap produk pangan organik. Berdasarkan karakteristik gender dan pendidikan, perempuan serta responden dengan tingkat pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki minat beli yang lebih baik terhadap produk pangan organik. Namun, hasil pengujian menunjukkan bahwa gender dan pendidikan tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat beli produk pangan organik. Hal ini menunjukkan bahwa minat beli pangan organik lebih dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kesadaran kesehatan, persepsi manfaat, dan gaya hidup sehat dibandingkan faktor demografis.

Bagi pelaku usaha pangan organik, diperlukan strategi pemasaran dan edukasi yang lebih menekankan pada manfaat kesehatan, keamanan pangan, dan kualitas produk untuk meningkatkan minat beli konsumen melalui media sosial, promosi, maupun kegiatan penyuluhan agar masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik terkait manfaat produk organik. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kesadaran kesehatan, gaya hidup sehat, persepsi nilai, harga, dan pendapatan agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli produk pangan organik. Selain itu, jumlah responden dan cakupan wilayah penelitian dapat diperluas untuk memperoleh hasil yang lebih representatif.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami berterima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat - Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan - Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia atas pendanaan penelitian ini melalui skema Penelitian Dosen Pemula tahun 2026 berdasarkan Kontrak Induk Nomor: 285/C3/DT.05.00/PL-BARU/2026 dengan nomor kontrak turunan: 042/LL6/AL.04.03/PL-BARU/2026, 048/UDB.LPPM/A.34-HK/II/2026. Kami juga berterima kasih kepada Universitas Duta Bangsa Surakarta dan LPPM Universitas Duta Bangsa Surakarta sebagai institusi yang memberikan persetujuan untuk pelaksanaan penelitian ini.

s

#### DAFTAR RUJUKAN

- Chong, C. Y., Tan, C. X., Tsai, M.-C., Tan, S. S., Hariyono, H., & Tan, S. T. (2024). Gender differences in dietary intake and physical activity among university students: a post-COVID-19 pandemic study. *Nutrition & Food Science*, 54(7), 1190–1201. <https://doi.org/10.1108/NFS-01-2024-0015>
- Churin In, Hasanah, M., & Sholichah, I. F. (2024). Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Jenis Kelamin Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Gresik. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(3), 287–304. <https://doi.org/10.58192/populer.v3i3.2588>
- Eberle, L., Milan, G. S., Graciola, A. P., Borchardt, M., & Pereira, G. M. (2023). Purchase intention of organic foods from the perspective of consumers. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 34(5), 1406–1423. <https://doi.org/10.1108/MEQ-10-2022-0277>
- Feraco, A., Armani, A., Gorini, S., Camajani, E., Quattrini, C., Filardi, T., Karav, S., Strollo, R., Caprio, M., & Lombardo, M. (2024). Gender Differences in Dietary Patterns and Eating Behaviours in Individuals with Obesity. *Nutrients*, 16(23). <https://doi.org/10.3390/nu16234226>
- Grand View Research. (2025, May 23). *Healthy Foods Market (2026 - 2033)*.
- Gundala, R. R., Nawaz, N., R M, H., Boobalan, K., & Gajenderan, V. K. (2022). Does gender moderate the purchase intention of organic foods? Theory of reasoned action. *Heliyon*, 8(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10478>

- Helvacı, G., Tayhan, F., & Özbey Yücel, Ü. (2025). Gender and healthy eating attitude strongly predict sustainable food literacy among Turkish young adults, while Mediterranean diet adherence shows only weak correlation. *Frontiers in Public Health*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2025.1606495>
- Napitupulu, S. A., Setiawan, B., Rayesa, N., Haryati, N., & Rohman, Ach. A. (2025a). Decoding Organic Food Buying Intention: The Interplay of Health Consciousness and Perceived Value Among Urban Consumers in Malang. *HABITAT*, 36(2), 166–180. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2025.036.2.14>
- Napitupulu, S. A., Setiawan, B., Rayesa, N., Haryati, N., & Rohman, Ach. A. (2025b). Decoding Organic Food Buying Intention: The Interplay of Health Consciousness and Perceived Value Among Urban Consumers in Malang. *HABITAT*, 36(2), 166–180. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2025.036.2.14>
- Organic Trade Association. (2025). *Global Organic Trade Guide*. Organic Trade Association.
- Peruzzi, M. R., Fadi Alfiandi, M., & Gunadi, W. (2023). *ANTESEDEN PEMBELIAN MAKANAN ORGANIK DI INDONESIA*.
- Rohman, A., Asmara, R., & Andriani, D. (2023). The Effect of Multidimensional Consumer Perceived Value on Customer Satisfaction and Purchase Intention of Organic Food. *HABITAT*, 34(2), 213–224. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2023.034.2.19>