

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) SAYURAN ORGANIK DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DI KOTA MALANG

Is Wahyuni Yunus¹, bambang Siswadi², Farida Syakir²

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Islam Malang

Email: iswahyuniyunus7@gmail.com

Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

Email: bsdiediek171@gmail.com faridasyakir@gmail.com

ABSTRACT

Consumption of fruits and vegetables in Indonesia was less than half the recommended consumption, which is only 173 grams per day from 400 grams per day per day from WHO recommendations. To fulfill the consumption of vegetables, consumers can consume organic and inorganic vegetables. The potential of consumer demand in Indonesia is quite large for organic products, but the marketing of organic food in Indonesia is constrained by the perception of the price of organic food which is considered expensive. This study aims to calculate the willingness to pay (WTP) for organic vegetables using the Contingent Valuation Method (CVM) method and analyze the factors that influence the level of willingness to pay (WTP) for organic vegetables using the logistic (logit) regression analysis method. The results of this study indicate the average value of WTP for broccoli amounting to Rp.8,343.75 200 gram packaging; Carrots amounting to Rp. 11,1125 for packaging 500 grams, Pakcoy for Rp. 5,968.75 for packaging of 200 grams; Water spinach is Rp. 5,718.75, 200 gram packaging; Caisim amounted to Rp. 5,677.5 200 gram packaging and Green Spinach Rp. 5,750 200 gram packaging. The number of family members, caring, education and occupation have a significant effect on WTP while gender, age, income and marriage do not have a significant influence.

Keywords: CVM, organic vegetables, WTP, logistic regression

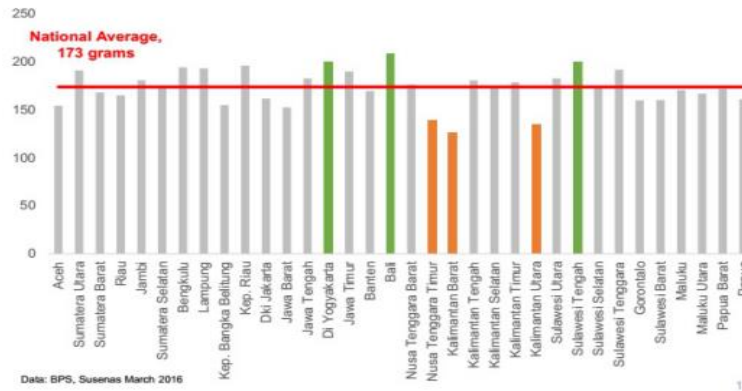
ABSTRAK

Konsumsi buah dan sayur di Indonesia masih kurang dari setengah konsumsi yang direkomendasikan, yaitu hanya 173 gram perhari dari 400 gram perhari dari anjuran WHO. Untuk mencukupi konsumsi sayur, konsumen dapat konsumsi sayur organik maupun anorganik. Potensi permintaan konsumen di Indonesia cukup besar terhadap produk organik, namun pemasaran pangan organik di Indonesia terkendala oleh persepsi mengenai harga pangan organik yang dianggap mahal. Penelitian ini bertujuan untuk menghitung nilai kesediaan membayar (WTP) sayuran organik dengan menggunakan metode Contingent Valuation Method (CVM) dan menganalisis faktor yang mempengaruhi tingkat kesediaan membayar (WTP) sayuran organik menggunakan metode analisis regresi logistik (logit). Hasil penelitian ini menunjukkan nilai rata-rata WTP untuk brokoli sebesar Rp8.343,75 perkemasan 200 gram; Wortel sebesar Rp11.1125 perkemasan 500 gram, Pakcoy sebesar Rp5.968,75 perkemasan 200 gram; Kangkung sebesar Rp5.718,75 perkemasan 200 gram; Caisim sebesar Rp5.687,5 perkemasan 200 gram dan Bayam Hijau sebesar Rp5.750 perkemasan 200 gram. Jumlah anggota keluarga, kepedulian, pendidikan dan pekerjaan memiliki berpengaruh signifikan pada WTP sedangkan jenis kelamin, usia, pendapatan dan pernikahan tidak memiliki pengaruh signifikan.

Kata kunci: CVM, sayur organik, WTP, regresi logistik

PENDAHULUAN

konsumsi buah dan sayur di Indonesia tahun 2016 masih kurang dari setengah konsumsi yang direkomendasikan WHO, sebagian besar penduduk Indonesia mengkonsumsi buah dan sayur sebanyak 173 gram per hari, lebih kecil dari angka kecukupan gizi (AKG) yang direkomendasikan yaitu 400 gram perkapita perhari. Sayur dan buah yang dikonsumsi berupa sayur dan buah anorganik dan organik. Gambar konsumsi buah dan sayur perkapita sehari dalam gram pada tingkat provinsi 2016 dapat dilihat pada gambar 1. (Buletin pemantauan ketahanan pangan, 2017).



Gambar 1. Kosumsi Buah dan Sayur Perkapita Sehari Dalam Gram Pada Tingkat Provinsi 2016

Produk sayuran organik merupakan salah satu produk sayuran yang dapat dikonsumsi untuk memenuhi angka kecukupan gizi (AKG). Sayur organik mempunyai pasar di Indonesia seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan, maka produk organik merupakan produk yang aman dan menyehatkan, dari tahun ketahun permintaan produk organik terus meningkat, terutama produk hortikultura dan perkebunan dengan maksimum permintaan diperkirakan sebesar 20% (Widowati dkk, 2018).

Potensi permintaan konsumen di Indonesia cukup besar terhadap produk organik, namun pemasaran pangan organik di Indonesia terkendala oleh persepsi mengenai harga pangan organik yang dianggap mahal. Pada riset yang dilakukan oleh (Umar, 2005) konsumen belum puas terhadap atribut harga dan ketersediaan sayuran dipasaran, konsumen menginginkan harga yang wajar terhadap sayuran organik. Hal ini diperkuat oleh survey awal yang menunjukkan bahwa 3 dari 5 supermarket di area kota Malang sudah menghentikan penjualan sayuran organik karena harga sayuran organik lebih mahal dari sayuran anorganik. Untuk itu, penjual perlu menentukan strategi harga yang cocok untuk konsumen di Indonesia, maka diperlukan penelitian yang membahas seberapa besar kemauan membayar (*Willingness to Pay* atau WTP) konsumen terhadap produk-produk sayuran organik. WTP digunakan sebagai metode untuk mengetahui nilai maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen dari peningkatan kualitas sebuah produk.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini, mengenai rendahnya konsumsi sayur dan buah dari rekomendasi angka kecukupan gizi dan persepsi masyarakat tentang harga sayuran organik yang mahal, maka tujuan penelitian yang diharapkan peneliti adalah: 1. Menganalisis besarnya nilai kesediaan membayar (WTP) sayuran organik; 2. Menganalisis Faktor yang mempengaruhi tingkat kesediaan membayar (WTP) sayuran organik.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 15 April 2019 s.d 5 Mei 2019 di Agrotechno Park Universitas Brawijaya (ATP UB), toko Dapoer Qoe, Pasar Landung Sari, dan CV Kurnia Kitri Ayu Farm (CV KKAF). Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (Purposive). Teknik pengambilan sampel yang dipilih adalah *Purposive sample*, Arikunto, 2002). Syarat responden yaitu konsumen yang membeli sayuran organik secara teratur perminggu, Konsumen berusia 17 tahun ke atas (dinilai cukup dewasa untuk diwawancarai dan mengisi kuisioner), dan dalam satu rombongan keluarga hanya satu orang yang menjadi responden dalam penelitian agar jawaban dalam kuisioner tidak saling mempengaruhi. Metode pengambilan sampel yang kedua yaitu *quota sampling*, yaitu menetapkan jumlah tertentu untuk sampel berdasarkan karakteristik tertentu (kuncoro 2009 dalam AUFANADA, 2017).

Populasi sayur organik tidak diketahui secara pasti jumlahnya sehingga digunakan rumus *lemeshow* untuk mendapatkan jumlah sampel dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \times p \times (1-p)}{d^2} \dots\dots\dots 1)$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,15^2} = 42,68$$

Keterangan:

n = jumlah sampel; z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96 ;p = maksimal estimasi = 0,5 d = *alpha* atau sampling error = 15% = 0,15 (Lemeshow dan Levy, 1997)

Berdasarkan perhitungan *lemeshow* didapatkan hasil 42,68 sampel, hasil perhitungan *lemeshow* dijadikan angka minimum untuk pengambilan sampel pada penelitian ini, sampel yang akan diambil yaitu sebanyak 58 sampel yang tersebar pada 4 lokasi penjual sayur organik. Lokasi penjual sayur organik dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Lokasi Pengambilan Sampel

Lokasi	Responden	Jenis Sayuran	Persentase (%)
ATP UB	26 orang	Organik	44,82
Dapoerqoe	19 orang	(17anorgnik,2organik)	32,75
Pasar landung sari	9 orang	Anorganik	15,51
CV KKAF	4 orang	Organik	6,89

Data Primer diolah (2019)

Penelitian ini menggunakan dua alat analisis, yaitu analisis kesediaan membayar dengan menggunakan metode CVM dan Regresi logistic untuk mengatuh faktor yang mempengaruhi WTP. Persamaan yang digunakan adalah:

$$\text{Logit (Y)} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8$$

Logit (Y) merupakan kesediaan konsumen untuk membayar (Ya/Tidak), β_0 adalah Intercept, $\beta_1, \dots, \beta_8$ adalah Slope model regresi, X_1 adalah Jenis Kelamin (laki=1/perempuan=0), X_2 adalah Usia (tahun), X_3 adalah Jumlah anggota keluarga (orang), X_4 adalah Pendapatan (1=Tinggi, 0=Rendah), X_5 adalah Kepedulian (0=rendah, 1=tinggi), X_6 adalah Pernikahan (1=menikah/0=belum menikah), X_7 adalah Lama Pendidikan (Tahun), X_8 adalah Pekerjaan (1=Bekerja, 0=Tidak bekerja).

Pengujian yang digunakan yaitu statistic uji g untuk menguji peranan variabel penjelas secara serentak dan uji wald menguji pengaruh koefisien variabel secara parsial, sedangkan untuk instepretasi persamaan regresi logistic biner digunakan rasio odd. Rasio odd merupakan rasio peluang kejadian sukses dengan tidak sukses dari peubah respon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Willing to Pay (WTP)

Willingness to pay adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui kesediaan maximum yang bersedia konsumen bayarkan karena memperoleh manfaat tambahan dari membeli sayuran organik. Responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 58 orang, 32 responden pelanggan sayuran organik dan 26 pelanggan sayuran anorganik. Tabel sebaran kesediaan membayar responden dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Sebaran Kesediaan Membayar Responden

Kesediaan membayar responden	Responden (orang)	Persentase (%)
Ya	32	55,17 %
Tidak	26	44,82%
Jumlah	58	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Responden yang tidak bersedia membayar sayur organik sebanyak 44,82%, hal yang menyebabkan responden tidak membeli sayur organik adalah 65,38% responden menganggap sayur organik lebih mahal dari sayur anorganik sehingga mereka tidak mampu membayar, 3,84% menganggap sayur organik memiliki kualitas yang sama dengan sayur anorganik, 23,07% tidak mengetahui informasi sayur organik, dan 7,69% menyatakan sayur organik susah dijangkau atau sulit didapatkan dibanding sayur anorganik. Nilai kesediaan membayar konsumen dianalisis menggunakan analisis CVM yang terdiri dari lima langkah tahapan analisis, yaitu :

1. Membangun pasar hipotetik

Responden diberikan informasi mengenai peningkatan kualitas sayur anorganik menjadi sayur organik dan dampak baiknya terhadap lingkungan, sehingga responden memiliki gambaran tentang situasi pasar hipotetik yang dimaksud, dan dapat menentukan sejumlah uang yang bersedia dibayarkan. Pasar Hipotetik yang diberikan. Pasar hipotetik yang diberikan kepada responden sayur organik, membuat responden mencermati masalah dengan baik sehingga dapat memberikan nilai maximum yang bersedia untuk dibayarkan untuk peningkatan kualitas sayur yang mereka konsumsi.

2. Menghitung dugaan nilai rata-rata WTP Mendapatkan nilai lelang/penawaran (bids) WTP

Besarnya nilai WTP responden diperoleh menggunakan nilai tawar (*bidding games*), dilaksanakan dengan menanyakan apakah bersedia membayar lebih sayuran organik dibanding sayuran anorganik, apabila “ya” maka, besarnya nilai uang dimulai dari angka terkecil hingga nilai uang terbesar hingga mencapai kesepakatan nilai WTP maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen.

3. Dugaan nilai rata-rata WTP dihitung berdasarkan data distribusi WTP responden, menghitung rata-rata WTP pada nilai rata-rata dan median nilai tengah rata-rata. Data Distribusi WTP Dapat Dilihat Pada Tabel 4.

Tabel 4. Distribusi Rata-Rata WTP Responden

No	Komoditas	Satuan (gram)	Nilai Rataan sayur organik di Toko (Rp)	Nilai Rataan sayur Organik di Supermarket	Nilai Rataan WTP (Rp)
1	Brokoli	200	6000		8.343, 75
2	Wortel	500	9333	11500	11.125
3	Pakcoy	200	5500	7700	5.968,75
4	Kangkung	200	5500	9050	5.718,75
5	Caisim	200	5500	8600	5687,5
6	Bayam Hijau	200	5500	7950	5750

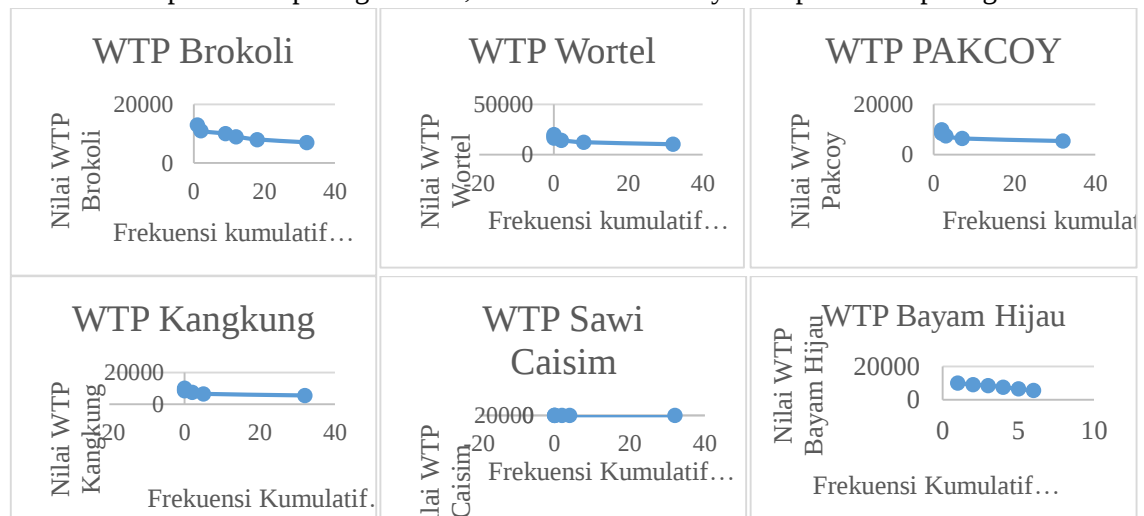
Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Tabel 4 menunjukkan hasil perhitungan rata-rata nilai WTP komoditas Brokoli sebesar Rp 8.343,75 per kemasan 200 gram, wortel Rp 11.125 per 500 gram, pakcoy Rp 5.960,75 per kemasan 200 gram, kangkung 5.718,75 per kemasan 200 gram, sawi caisim Rp 5.687,5 per kemasan 200 gram, bayam Rp 5.750 per kemasan 200 gram. Nilai tersebut menggambarkan besarnya kesediaan konsumen membayar lebih terhadap implementasi peningkatan kualitas sayuran anorganik menjadi sayuran organik.

Tabel 4 menunjukan hasil perhitungan nilai WTP yang sanggup dibayarkan konsumen sayur organik, jika dibandingkan dengan harga sayur organik yang dijual di toko Dapoerqoe, CV KKAFF, dan ATP UB konsumen masih sanggup membayar 3% hingga 39% lebih tinggi dari harga yang ada saat ini. Namun, jika dibandingkan dengan harga sayuran yang ada di beberapa Supermaket yang ada di kota Malang, maka banyak responden yang tidak sanggup membayar. Hal ini sesuai dengan survey awal penulis bahwa terdapat 3 dari 5 supermaket yang menghentikan penjualan sayur organik karena diduga konsumen menganggap harga sayur organik mahal. sesuai dengan penelitian (Umar, 2004) bahwa konsumen menginginkan harga yang wajar terhadap sayur organik.

4. Memperkirakan kurva lelang (Bids)

Kurva WTP responden memiliki dua sumbu yang menunjukkan hubungan antara nilai WTP yang bersedia dibayarkan konsumen dengan jumlah frekuensi kumulatif responden. Kurva WTP pada penelitian ini menunjukkan *slope negative*, artinya semakin tinggi harga yang ditawarkan maka semakin sedikit orang yang bersedia membayar. Kurva WTP brokoli dapat dilihat pada gambar 2, Kurva WTP wortel dapat dilihat pada gambar 3, Kurva WTP pakcoy dapat dilihat pada gambar 4, Kurva WTP kangkung dapat dilihat pada gambar 5, Kurva WTP sawi caisim dapat dilihat pada gambar 6, dan Kurva WTP bayam dapat dilihat pada gambar 7.



5. Mengagregatkan data

Agregasi WTP adalah proses dimana nilai rata-rata WTP atau nilai WTP diubah kedalam total populasi, nilai agregasi WTP diperoleh dari perkalian rata-rata antara nilai rata-rata WTP tiap komoditi dengan populasi, nilai agregasi WTP perlu diketahui agar pemasar mendapatkan informasi mengenai nilai penjualan dengan nilai maximum yang bersedia dibayarkan konsumen dari penjualan masing-masing jenis sayur. Jumlah populasi masyarakat kota Malang 870 682 orang berdasarkan (BPS Kota Malang 2019). Nilai Agregasi Nilai Total WTP Dapat Dilihat Pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai Agregasi Nilai Total WTP

No	Komoditas	Nilai Total WTP (Rp)
1	Brokoli	Rp 7.264.752.938
2	Wortel	Rp 9.686.337.250
3	Pakcoy	Rp 5.196.883.188
4	Kangkung	Rp 4.979.212.688
5	sawi caisim	Rp 4.952.003.875
6.	Bayam Hijau	Rp 5.006.421.500

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Tabel 5 menunjukkan total WTP yang diubah dalam total populasi, total WTP dalam hal ini dapat dijadikan sebuah informasi terkait potensi finansial yang dapat terjadi pada suatu wilayah dari adanya peningkatan kualitas sayuran, model agregasi dalam populasi ini berdasarkan jurnal penelitian yang dilakukan oleh (Priambodo, 2014).

B. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESEDIAAN MEMBAYAR SAYUR ORGANIK

Analisis faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar sayur organik dilakukan dengan analisis regresi logistik, analisis dilihat dari hasil output analisis regresi logistik sebagai berikut:

- A. Hasil pengujian secara keseluruhan (*overall test*) atau Uji G dengan menggunakan uji likelihood ratio, uji likelihood ratio digunakan untuk mengetahui peran seluruh variabel penjelas dalam model. Hipotesis yang diuji adalah:

Tabel 8. Output Minitab Uji *Likelihood Ratio*

Log-Likelihood = -9,719

Test that all slopes are zero: G = 60,346, DF = 8, P-Value = 0,000

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Tabel 8 menunjukkan output p-value (0,0001) < alpha (0,15) artinya terima H1, secara serentak variabel bebas berpengaruh terhadap kesediaan konsumen untuk membeli sayuran organik. Nilai P-Value menunjukkan hasil signifikan hitung sebesar 0.0001 ($p \text{ sig} < \alpha$) yang mengindikasikan bahwa pada taraf 0,15 variabel jenis kelamin, usia, jumlah anggota keluarga, pendapatan, kepedulian, pernikahan, pendidikan dan pekerjaan secara serempak mempengaruhi kesediaan membayar konsumen.

Hasil uji secara parsial dengan menggunakan uji wald, uji ini dilakukan agar dapat mengidentifikasi variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat secara parsial. Variabel bebas dikatakan mempengaruhi variabel terikat secara signifikan apabila nilai p-value lebih kecil dibandingkan tingkat kesalahan yang masih bisa diterima alpha (15%). Hasil uji Wald atau uji Z dapat dilihat pada tabel 9. Hipotesis yang diuji adalah:

Tabel 9. Output Minitab Uji Wald

Predictor	Coef	SE Coef	Z	P	Odd ratio	Simpulan
Constant	-26,3174	12.6970	-2,07	0,038		
X1 (JK)	-0,648779	1,50741	-0,43	0,667	0,52	Tidak Berpengaruh
X2 (U)	0,0674380	0,102116	0,66	0,509	1,07	Tidak Berpengaruh
X3 (JAK)	-2,97940	1,86710	-1,60	0,111	0,05	Berpengaruh nyata pada Level 15%
X4 (Pndpt)	0,497412	1,59768	0,31	0,756	1,64	Tidak Berpengaruh
X5 (peduli)	3,12769	2,13714	1,46	0,143	22,82	Berpengaruh nyata pada Level 15%
X6 (nikah)	3,56349	3,04680	1,17	0,242	35,29	Tidak Berpengaruh
X7 (pddkn)	1,65970	0,882239	1,88	0,06	5,26	Berpengaruh nyata pada Level 10%
X8(pkerjaan)	3,85909	2,34250	1,65	0,099	47,42	Berpengaruh nyata pada Level 10%

Sumber: (Data primer yang diolah, 2019)

Hasil pengolahan data pada Tabel 9 menunjukkan bahwa empat variabel yang tidak berpengaruh signifikan yaitu jenis kelamin, usia, pendapatan dan pernikahan. Dan Empat variabel mempengaruhi secara signifikan pada tingkat kesalahan sebesar 0,15 yaitu variabel X3 jumlah anggota keluarga, X5 kepedulian, X7 pendidikan, dan X8 pekerjaan .:

$$\text{Logit (Y)} = -26,3174 - 2,9794 X_3 + 3,1276 X_5 + 1,659 X_7 + 3,859 X_8 \dots\dots\dots$$

Variabel jumlah anggota keluarga (JAK) berpengaruh nyata terhadap kesediaan konsumen untuk membeli sayur organik, karena JAK memiliki nilai signifikan sebesar 0,111 lebih kecil dari α 0,15 artinya JAK berpengaruh terhadap kesediaan konsumen membayar sayur organik pada tingkat kepercayaan 85%. Nilai koefisien variabel JAK bernilai negatif sebesar -26,3174 memberi arti bahwa konsumen dengan jumlah anggota keluarga lebih banyak akan mengambil keputusan untuk tidak bersedia membayar sayur organik. Hal ini diperkuat oleh hasil nilai odd ratio sebesar 0,05 yang memiliki arti bahwa konsumen dengan jumlah anggota keluarga yang lebih banyak memiliki peluang sebesar 0,05 kali lebih kecil untuk bersedia membeli sayuran organik. Sebaliknya, konsumen yang memiliki JAK lebih kecil akan memiliki peluang lebih besar untuk bersedia membeli sayur organik. Hal ini sesuai dengan (Dipeolu, 2016) bahwa dengan meningkatnya jumlah anggota keluarga, maka akan lebih sedikit responden yang bersedia membayar.

Variabel kepedulian adalah variabel yang berpengaruh terhadap kesediaan konsumen untuk membayar sayur organik, dari hasil analisis diketahui bahwa nilai signifikan variabel kepedulian sebesar 0,15 lebih kecil dari nilai α sebesar 0,15 artinya variabel kepedulian berpengaruh terhadap kesediaan konsumen membayar sayur organik pada tingkat kepercayaan 85%. Nilai koefisien variabel kepedulian bernilai positif sebesar 3,12, memberikan arti bahwa konsumen dengan kepedulian yang lebih tinggi akan mengambil keputusan untuk bersedia membayar sayur organik. Hal ini menunjukkan bahwa sikap kepedulian konsumen terhadap atribut sayuran organik seperti nutrisi, rasa, kesehatan, keamanan, kesegaran, kualitas, dan kepercayaan mempengaruhi sikap konsumen untuk memutuskan membayar sayur organik. Nilai odd ratio variabel kepedulian sebesar 22,82, dapat diartikan bahwa konsumen yang memiliki kepedulian lebih tinggi memiliki peluang sebesar 22,82 kali lebih besar untuk membeli sayur organik dibandingkan dengan konsumen yang memiliki kepedulian rendah. Hal ini sesuai dengan penelitian (Dipeolu, 2016) yang menyatakan bahwa kesadaran tentang pertanian organik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan konsumen untuk membayar, sebagian besar responden yang mengetahui manfaat sayur organik bersedia membayar sayur organik karena faktor kandungan nutrisi, kesehatan dan bahaya penggunaan pestisida.

Tingkat Pendidikan secara positif dan signifikan mempengaruhi konsumen untuk bersedia membayar sayur organik, nilai signifikan variabel tingkat pendidikan yaitu sebesar 0,06 lebih kecil dari nilai α 0,1 ($0,06 < 0,1$), artinya variabel tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kesediaan konsumen membayar sayur organik pada tingkat kepercayaan 90%. Nilai koefisien variabel pendidikan bernilai positif (1,659) memberikan arti bahwa responden dengan pendidikan yang lebih tinggi akan mengambil keputusan untuk bersedia membayar sayur organik (Dipeolu, 2016) dan (Aufanada, 2017) menyatakan bahwa tambahan pendidikan formal setiap tahun dapat meningkatkan kemungkinan konsumen membayar sayur organik. Nilai odd ratio variabel pendidikan sebesar 5,26 dapat diartikan bahwa seseorang yang memiliki pendidikan lebih tinggi memiliki peluang sebesar 5,26 kali lebih besar untuk bersedia membayar sayur organik dibanding konsumen dengan pendidikan dasar. (Rofiatin, 2018) menyatakan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan bersedia membeli sayur organik yang diakibatkan oleh bertambahnya pengetahuan mengenai isu pencemaran produk pangan dan lingkungan dibandingkan dengan konsumen yang berpendidikan dasar.

Variabel pekerjaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesediaan konsumen membayar sayur organik, dengan nilai probability lebih kecil dari α yaitu $0,099 < 0,1$ artinya variabel pekerjaan berpengaruh terhadap kesediaan konsumen membayar sayur organik pada tingkat kepercayaan 90%. Nilai koefisien variabel pekerjaan bernilai positif (3,859) memiliki arti bahwa konsumen yang memiliki pekerjaan akan mengambil keputusan untuk bersedia membayar sayur organik. Hal ini diperkuat oleh nilai odd ratio variabel pekerjaan sebesar 47,42, artinya bahwa seseorang yang memiliki pekerjaan berpeluang untuk bersedia membayar sayur organik 47,42 kali lebih besar dibanding konsumen yang tidak memiliki pekerjaan. Sebaliknya, konsumen dengan status tidak bekerja memiliki peluang lebih kecil untuk bersedia membeli sayur organik. Bahwasanya pekerjaan seseorang akan menentukan pola konsumsi individu dan keluarga karena terkait dengan pendapatan yang dialokasikan untuk kegiatan konsumsi individu dan keluarganya. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Dipeolu, 2016) yang menyatakan bahwa pengalaman kerja positif mempengaruhi pembayaran sayur organik, karena peningkatan pendapatan pada usia pekerjaan yang panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai rata-rata maksimum WTP untuk setiap komoditi brokoli sebesar Rp8.343,75 perkemasan 200 gram; Wortel sebesar Rp11.1125 perkemasan 500 gram, Pakcoy sebesar Rp5.968,75 perkemasan 200 gram; Kangkung sebesar Rp5.718,75 perkemasan 200 gram; Caisim sebesar Rp5.687,5 perkemasan 200 gram dan Bayam Hijau sebesar Rp5.750 perkemasan 200 gram.
2. Faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar secara signifikan pada selang kepercayaan 85% adalah Jumlah anggota keluarga, kepedulian, pendidikan, dan pekerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2002. Prosedur penelitian : Suatu pendekatan praktek. Edisi revisi. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Aufanada, Ekowati dan Prastiwi. 2017. Kesediaan Membayar Produk Sayuran Organik di Pasar Organik Modern Jakarta Selatan. Jurnal of Agribusiness and rural development research. Universitas Diponegoro. Vol 3 No 2.
- Badan Pusat Statistik Kota Malang. 2019. Kota Malang dalam angka. Badan Pusat statistic Kota Malang. Malang.
- Buletin Pemantauan Ketahanan Pangan. 2017. Tren Konsumsi dan Produksi Buah dan Sayur.
- Dipeolu, A.O, Oyawole, dan Akerele. 2016. *Factors influencing willingness to Pay for Organic Vegetables among Civil Servants in a Developing Country*. International Journal of Vegetable Science. Department of agricultural economics and farm management, federal university of agriculture, Abeokuta, Nigeria.
- Priambodo, Lutfan H dan M Najib. 2014. Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Sayuran Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Jurnal Manajemen dan Organisasi. Institut Pertanian Bogor. Vol V, No 1.
- Rofiatin, dkk. 2018. Pola WTP dan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap pilihan sayuran organik dan anorganik masyarakat kota malang. Jurnal dosen fakultas pertanian. Universitas Tribhuwana Tungga Dewi.
- Umar, H. 2005. Riset pemasaran dan perilaku konsumen. PT Gramedia Pustaka utama. Jakarta.
- Widowati, LR dkk. 2018. Sistem Budi Daya Sayuran Organik. BPLP. Jakarta