

Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern Kabupaten Bandung Barat

Analysis of Consumers' Willingness to Pay for Organic Vegetables in Modern Markets of West Bandung Regency.

Muhammad Hafidz Zahran*, Siswanto Imam Santoso, Suryani Nurfadillah

Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro
Jalan Prof Jacob Rais Kampus Universitas Diponegoro Tembalang, Semarang Kode Pos 50275

*Email: hafidz.zahran@gmail.com

(Diterima 23-05-2025; Disetujui 26-07-2025)

ABSTRAK

Peningkatan permintaan produk organik diakibatkan oleh kekhawatiran terkait isu masalah kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen, menghitung rata – rata WTP maksimum, serta menganalisis faktor yang mempengaruhi WTP konsumen terhadap sayur organik di Kabupaten Bandung Barat. Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2024 – Januari 2025 di 5 pasar modern di Kabupaten Bandung Barat. Metode yang digunakan adalah metode survei. Sampel responden diambil dengan cara *accidental* dan *quota sampling*. Penentuan sampel menggunakan rumus Lemeshow didapatkan hasil 100 responden. Metode analisis data adalah metode deskriptif, pendekatan CVM (*Contingent Valuation Method*), dan analisis regresi linier berganda. Hasil diperoleh bahwa konsumen sayur organik adalah berjenis kelamin perempuan, berusia 31 – 40 tahun, latar tingkat pendidikan Strata 1, bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI, tingkat pendapatan perbulan sebesar Rp3.000.000 – Rp5.999.999, membeli sayur organik dengan harga berkisar Rp10.000 – 12.999, penilaian kualitas produk dengan skor tinggi, dan penilaian dampak konsumsi sayur organik bagi kesehatan dengan skor tinggi. Nilai rata – rata WTP maksimum sayur brokoli organik sebesar 10,84% dari harga asli, sayur selada organik sebesar 9,09% dari harga asli, kangkung organik sebesar 8,75% dari harga asli, bayam organik sebesar 8,53% dari harga asli, sawi organik sebesar 9,45% dari harga asli, dan pakcoy organik sebesar 7,5% dari harga asli. Faktor usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan, harga produk, kualitas produk, dan dampak bagi kesehatan berpengaruh secara simultan terhadap nilai kesediaan membayar sayur organik. Secara parsial, variabel usia, tingkat pendidikan, harga produk, kualitas produk, dan dampak bagi kesehatan berpengaruh signifikan terhadap nilai kesediaan membayar sayur organik.

Kata kunci: konsumen, sayur organik, WTP

ABSTRACT

The increasing demand for organic products is driven by concerns related to health issues. This study aimed to describe consumer characteristics, calculate the average maximum Willingness to Pay (WTP), and analyze the factors influencing consumer WTP for organic vegetables in West Bandung Regency. The research was conducted from December 2024 to January 2025 in five modern markets in West Bandung Regency. The method used was a survey method. Respondents were selected through accidental and quota sampling. The sample size was determined using the Lemeshow formula, resulting in 100 respondents. The data analysis methods included descriptive analysis, the Contingent Valuation Method (CVM), and multiple linear regression analysis. The results showed that organic vegetable consumers were mostly female, aged 31–40 years, held a bachelor's degree (Strata 1), worked as civil servants, military, or police personnel (PNS/TNI/POLRI), had a monthly income ranging from Rp3,000,000 to Rp5,999,999, and typically purchased organic vegetables at prices ranging from Rp10,000 to Rp12,999. Consumers also gave high ratings for product quality and the health benefits of organic vegetable consumption. The average maximum WTP for organic broccoli was 10.84% above the original price, for lettuce 9.09%, for water spinach (kangkung) 8.75%, for spinach 8.53%, for mustard greens (sawi) 9.45%, and for pakcoy 7.5%. Factors such as age, education level, occupation, income level, product price, product quality, and health benefits simultaneously influenced consumers' willingness to pay for organic vegetables. Partially, the variables of age, education level, product price, product quality, and health impact had a significant effect on WTP.

Keywords: consumers, organic vegetables, WTP.

PENDAHULUAN

Produk pangan terutama sayuran adalah sumber pokok penting bagi tubuh manusia karena mengandung vitamin, mineral, protein, maupun serat yang dapat bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Sayuran yang dibudidayakan secara organik dengan bahan alami yang lebih ramah lingkungan dapat disebut sebagai sayuran organik (Aini & Azizah, 2018). Sayuran organik dapat menarik perhatian baik pada tingkat konsumen maupun pada tingkat produsen. Produk sayuran organik dapat mengalami peningkatan permintaan seiring dengan peningkatan daya beli masyarakat serta kesadaran terhadap kesehatan dan pencemaran lingkungan. Permintaan produk organik dapat meningkat 15-20% per tahun, yang mana dapat menandakan perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat di seluruh dunia, termasuk Indonesia (Sari, 2014). Perubahan pola hidup sehat kebanyakan terjadi di kota-kota besar, namun tidak dapat dipungkiri bahwa di sebagian masyarakat daerah juga telah beralih pada kehidupan yang lebih sehat. Produk sayuran organik diproduksi sesuai dengan standar sistem pangan organik seperti aman untuk dikonsumsi (*food safety attributes*), bahan baku pangan organik, nutrisi yang tinggi (*nutritional attributes*), bahan pendukung organik dan produk segar organik (Satria & Yulfi, 2021).

Standar sistem pangan organik tersebut tidak terlepas dari adanya proses sertifikasi. Sertifikasi harus sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) tentang sistem pertanian organik yang diterbitkan oleh Badan Standarisasi Nasional (Badan Standarisasi Nasional, 2016). Standar yang digunakan tersebut merupakan sertifikasi organik yang dapat menguntungkan bagi konsumen maupun produsen. Konsumen memiliki perlindungan atau jaminan pada produk pangan yang dikonsumsi sedangkan produsen dapat mempunyai posisi tawar yang lebih baik pada barang yang ditawarkan. Sertifikasi organik juga mengacu pada suatu rangkaian aktivitas inspeksi berkelanjutan, audit sistem jaminan mutu serta pemeriksaan produk akhir (SPOI, 2023). Penggunaan sertifikasi organik dapat mempengaruhi terhadap harga jual produk organik. Produsen di sisi lain menghadapi beberapa tantangan karena biaya yang ditawarkan untuk sertifikasi organik cukup tinggi serta prosesnya yang lama.

Harga sayuran organik yang menjadi relatif mahal dapat menyebabkan konsumen memiliki segementasi pasar sendiri. Faktor harga dapat menjadi salah satu hambatan belum meratanya penyebaran produk sayur organik, padahal komoditi hortikultura seperti sayuran organik memiliki peluang pasar yang besar karena permintaan yang cukup tinggi (Aufanada et al, 2017). Sayuran organik hanya tersedia pada tempat tertentu seperti pada pasar modern, serta konsumen yang mengonsumsi sayuran organik cenderung berasal dari kalangan menengah keatas (Paradiba et al., 2017). Terbatasnya pasar sayuran organik juga dapat diakibatkan oleh kurangnya informasi akan pentingnya sayuran organik bagi kesehatan.

Kesiediaan membayar meliputi keinginan atau kerelaan konsumen dalam membayar harga yang telah ditentukan oleh penjual. Kesiediaan membayar (*Willingness to Pay*) pada dasarnya merupakan besarnya kemauan seseorang untuk membayar harga maksimum atas suatu barang atau jasa (Margareta, 2017). Nilai WTP merefleksikan harga pada tingkat konsumen yang mencerminkan nilai barang atau jasa serta pengorbanan yang dilakukan untuk memperolehnya, serta nilai ini juga digunakan untuk mengetahui daya beli konsumen. Kesiediaan membayar dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, harga produk, kualitas produk, dan dampak bagi kesehatan.

Konsumen pada dasarnya selalu mencari surplus konsumen dalam setiap keputusan pembelian mereka (Rondhi, 2016). Pendekatan WTP terhadap sayuran organik secara grafis menandakan terdapatnya surplus konsumen pada saat penurunan slope dari kurva permintaan individu. Surplus konsumen adalah selisih harga yang bersedia konsumen bayar dengan harga yang sebenarnya konsumen bayar (harga pasar) (Hidayati, 2019). Kepuasan yang diperoleh dalam mengonsumsi suatu produk akan selalu lebih besar dibandingkan dengan harga sebenarnya yang konsumen bayar.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan November - Desember 2024 di 5 pasar modern di Kabupaten Bandung Barat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Sampel responden diambil dengan cara *accidental sampling* dan *quota sampling*. Sampel kemudian dibagi berdasarkan lokasi pasar modern sebagai dasar pengalokasian kuota. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen produk sayur organik di pasar modern Kabupaten Bandung Barat, usia

>20 tahun, serta memiliki pekerjaan dan pendapatan >Rp.1.000.000. Populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya sehingga digunakan rumus Lemeshow dan diperoleh yaitu 96,04 sampel atau dibulatkan menjadi 100 sampel. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer didapat berdasarkan hasil survei di 5 pasar modern Kabupaten Bandung dengan melakukan wawancara. Data sekunder diperoleh berdasarkan sumber literatur seperti jurnal, buku, atau studi pustaka yang menjadi pendukung untuk penelitian. Metode pengolahan dan analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode deskriptif untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen sayur organik, metode analisis kuantitatif dengan pendekatan CVM (Contingent Valuation Method) untuk menghitung nilai rata-rata maksimum yang bersedia konsumen bayar untuk produk sayur organik, dan analisis regresi linier berganda untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen untuk produk sayur organik.

Persamaan yang digunakan dalam analisis regresi linier berganda sebagai berikut (Darma, 2021):

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3 + b4.X4 + b5.X5 + b6.X6 + b7.X7 + e \quad (5)$$

Keterangan:

Y = Nilai kesediaan membayar sayuran organik (Rp)

a = Konstanta regresi

b = Koefisien regresi

b1,...,7 = Parameter yang akan di estimasi

X1 = Usia (Tahun)

X2 = Tingkat pendidikan (Skor)

X3 = Pekerjaan (Skor)

X4 = Pendapatan (Rp/Bulan)

X5 = Harga produk (Rp/Kemasan)

X6 = Kualitas produk (Skor)

X7 = Dampak bagi kesehatan (Skor)

e = Tetapan e

Pengujian parameter yang digunakan dalam analisis regresi linear berganda adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji kelayakan model. Tahapan uji asumsi klasik dapat dilakukan dengan 3 pengujian yakni uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji Heteroskedastisitas. Uji kelayakan model dapat diuji dengan uji F, uji T, dan koefisien determinasi (uji R2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Karakteristik responden yang digunakan adalah jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan perbulan, harga produk/kemasan, kualitas produk, dan dampak bagi kesehatan.

Tabel 1. Karakteristik Responden yang membayar lebih

Karakteristik Responden		Bersedia	Tidak Bersedia
-----orang-----			
Jenis Kelamin	Perempuan	58	23
	Laki - laki	17	2
Usia (tahun)	21 – 30	13	7
	31 – 40	29	5
	41 – 50	23	8
	51 – 60	7	5
	≥ 61	3	0
Tingkat Pendidikan	Tamat SD	1	2
	Tamat SMP	3	2
	Tamat SMA	13	5

	Diploma	10	3
	Strata 1	32	8
	Strata 2	13	3
	Strata 3	3	2
Pekerjaan	PNS/TNI/POLRI	26	6
	Pegawai Swasta	16	2
	Wirausaha/Wiraswasta	10	2
	Ibu Rumah Tangga	8	8
	Mahasiswa/Pelajar	3	4
	Lainnya	12	3
	Tingkat Pendapatan (Rp/Bulan)	Rp1.000.000 –	27
	Rp2.999.999	34	10
	Rp3.000.000 –	13	3
	Rp5.999.999	1	0
	Rp6.000.000 –		
	Rp8.999.999		
	≥ Rp9.000.000		
Harga Produk/kemasan (Rp)	10.000 – 12.999	65	22
	13.000 – 15.999	5	1
	≥ 16.000	5	2
Kualitas Produk	$13 \leq X$	47	9
	$9 \leq X < 13$	25	15
	$X < 9$	3	1
Dampak Bagi Kesehatan	$13 \leq X$	60	16
	$11 \leq X < 13$	11	7
	$X < 11$	4	2

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 1. diketahui bahwa responden yang bersedia membayar lebih mahal terhadap sayur organik didominasi oleh jenis kelamin perempuan, dengan usia 31 sampai dengan 40 tahun, tingkat pendidikan Strata 1, memiliki pekerjaan PNS/TNI/POLRI, memiliki tingkat pendapatan antara Rp3.000.000 – Rp5.999.999, dengan harga sayur organik yang dibeli yaitu kisaran Rp10.000 – 12.999, penilaian terhadap kualitas produk dengan skor tinggi, dan penilaian terhadap dampak konsumsi sayur organik bagi kesehatan dengan skor tinggi. Responden yang menyatakan tidak bersedia membayar lebih tinggi dari harga saat ini juga didominasi oleh jenis kelamin perempuan, berusia 41 sampai dengan 50 tahun, tingkat pendidikan Strata 1, bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga, memiliki tingkat pendapatan antara Rp1.000.000 – Rp2.999.999, harga produk sayur organik yang dibeli dengan kisaran harga Rp10.000 – Rp12.999, memiliki skor penilaian terhadap kualitas produk yaitu sedang, dan penilaian terhadap dampak konsumsi sayur organik bagi kesehatan juga didominasi oleh skor tinggi.

Produk Sayur Organik

Tabel 2. Rata – rata WTP maksimum

No	Jenis Sayur Organik	Jumlah	Persentase
		--orang--	---%---
1.	Brokoli	8	8
2.	Selada	12	12
3.	Kangkung	34	34
4.	Bayam	25	25
5.	Sawi	11	11
6.	Pakcoy	10	10

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 2. diketahui Sayuran organik yang dibeli oleh responden umumnya merupakan produk dalam kemasan, dengan berat per kemasan berkisar antara 250 - 500 gram. Kemasan sayur organik tersebut berbahan dasar plastik yang dirancang untuk menjaga kesegaran dan kualitas produk selama distribusi dan penyimpanan. Jumlah dan persentase tertinggi dalam pembelian sayur organik yaitu kangkung dengan dengan persentase sebesar 34%. Jumlah dan persentase pembelian produk

sayur organik terendah yaitu brokoli dengan persentase 8%. Dominasi pembelian kangkung organik disebabkan oleh tingginya kebutuhan konsumsi rumah tangga terhadap kangkung dalam berbagai jenis masakan, serta harga yang relatif lebih murah dibandingkan sayuran organik lainnya. Hal ini sejalan dengan data yang dipublikasikan dalam Kabupaten Bandung Barat Dalam Angka (2024) yang menyatakan bahwa rata-rata konsumsi per kapita kangkung dalam satu minggu di wilayah Kabupaten Bandung Barat mencapai 0,059 kg. Angka ini menunjukkan bahwa konsumsi kangkung di Kabupaten Bandung Barat lebih tinggi dibandingkan dengan konsumsi jenis sayuran lainnya, sehingga wajar jika permintaan terhadap kangkung termasuk dalam bentuk organik juga lebih tinggi.

Rata – rata WTP Maksimum

Metode bidding games digunakan dalam penelitian ini untuk menggali kesediaan konsumen dalam membayar harga yang lebih tinggi dari harga saat ini. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengetahui sejauh mana konsumen bersedia membayar dengan memberikan penawaran bertahap hingga mencapai batas maksimum yang dapat diterima oleh konsumen.

Tabel 3. Rata – rata WTP maksimum

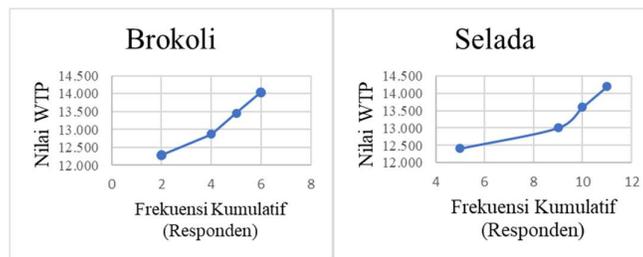
Jenis Sayur Organik	Harga Awal Produk	Rata – rata maksimum WTP
	---Rp---	---Rp---
Brokoli	11.700	12.968
Selada	11.825	12.900
Kangkung	12.250	13.322
Bayam	11.800	12.806
Sawi	11.000	12.039
Pakcoy	12.000	12.900

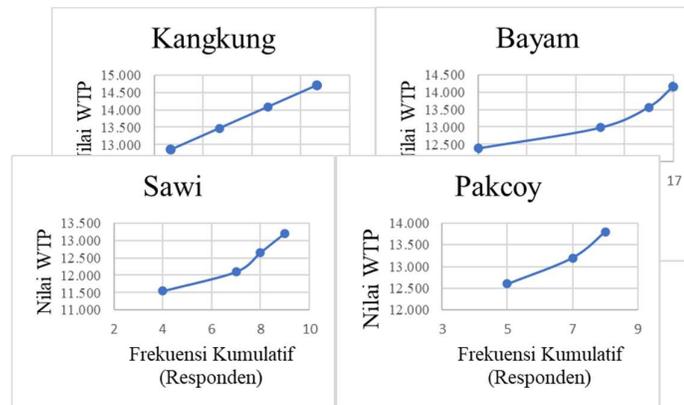
Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 3. diketahui bahwa diantara keenam jenis sayuran organik yang diteliti, kangkung organik memperoleh nilai rata-rata WTP maksimum tertinggi yaitu sebesar Rp13.322. Hal ini dikarenakan frekuensi pembelian kangkung organik lebih tinggi dibanding sayuran organik lainnya. Jenis sayur sawi organik menunjukkan nilai rata-rata maksimum WTP terendah yaitu sebesar Rp12.039, yang mencerminkan tingkat kesediaan membayar yang lebih rendah dari konsumen. Nilai rata – rata maksimum WTP juga bergantung pada harga awal dari produk sayur organik tersebut. Harga sayur kangkung organik bervariasi mulai dari Rp11.000 sampai dengan Rp16.300 sehingga rentang harga awal yang lebih lebar dapat memberi ruang persepsi bagi konsumen bahwa membayar di atas harga rata-rata masih masuk akal dan sepadan, sehingga nilai WTP yang dinyatakan menjadi lebih tinggi. Harga awal sayur sawi organik lebih sempit, mulai dari harga Rp10.500 sampai dengan Rp12.200 sehingga rata – rata maksimum WTP yang diperoleh rendah.

Kurva WTP

Kurva WTP (Willingness to Pay) responden dibentuk dengan cara mengakumulasi jumlah individu yang memilih nilai WTP tertentu pada berbagai tingkat harga. Proses ini menghasilkan gambaran mengenai preferensi konsumen terkait seberapa besar mereka bersedia membayar untuk produk yang ditawarkan.





Gambar 1. Kurva *Willingness to Pay*
 Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Gambar 1. menunjukkan bahwa pergerakan mengarah ke kanan dan ke atas. Pola ini mengindikasikan bahwa terdapat sejumlah responden yang bersedia membayar dengan harga yang semakin tinggi. Kurva yang mengalami pergerakan ke atas merupakan peningkatan harga yang disanggupi oleh responden, sedangkan pergerakan kurva ke kanan menunjukkan adanya penambahan jumlah responden dalam kesiediaan membayar pada tingkat harga tertentu. Titik awal kurva dimulai dengan harga awal atau titik lelang dengan nilai terendah. Pergerakan kurva dari satu titik ke titik berikutnya tidak selalu seragam, melainkan dapat berbentuk curam atau landai. Bentuk kurva ini bergantung pada frekuensi responden yang memilih suatu nilai WTP. Selisih jumlah responden antara dua titik WTP apabila cukup besar, maka kurva cenderung lebih landai. Selisih jumlah responden antara dua titik WTP apabila kecil, maka kurva akan tampak lebih curam, dimana menunjukkan bahwa hanya sedikit responden yang memilih harga lebih tinggi pada rentang tersebut.

Kurva WTP jenis sayur brokoli memiliki kemiringan yang cukup stabil dan meningkat secara bertahap, sehingga dapat menunjukkan bahwa permintaan untuk brokoli organik tidak terlalu besar. Kurva WTP pada jenis sayur kangkung organik memiliki kurva yang lebih stabil dan meningkat secara konsisten, sehingga menandakan bahwa permintaan untuk kangkung organik lebih merata di berbagai tingkatan harga. Pada kurva WTP jenis sayur selada, bayam, dan sawi memiliki pola kurva yang cenderung landai pada awal kemudian meningkat lebih tajam menjelang akhir. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden bersedia membayar dengan harga yang sedikit lebih tinggi dari harga pasar, namun kenaikan harga yang terlalu tinggi hanya dapat diterima oleh sebagian kecil responden. Kurva WTP pada jenis sayur pakcoy memiliki jumlah titik yang lebih sedikit dengan kenaikan yang cukup signifikan di setiap tahap, sehingga dapat menunjukkan bahwa opsi harga yang dipilih responden lebih terbatas.

Tabel 4. Agregasi WTP

No	Jenis Sayur Organik	Agregasi Harga Awal Produk	Agregasi WTP	Peningkatan Persentase
		---Rp---	---Rp---	---%---
1.	Brokoli	70.200	77.805	10,84
2.	Selada	130.075	141.900	9,09
3.	Kangkung	294.000	319.725	8,75
4.	Bayam	200.600	217.710	8,53
5.	Sawi	99.000	108.350	9,45
6.	Pakcoy	96.000	103.200	7,50

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa nilai agregasi merupakan akumulasi dari kesiediaan membayar individu - individu dalam populasi yang menjadi responden penelitian. Nilai ini memberikan gambaran tentang total potensi penerimaan atau pendapatan yang dapat diperoleh dari penjualan setiap jenis sayur organik berdasarkan harga yang bersedia dibayar oleh konsumen. Hal ini di dukung

oleh pendapat Margareta (2017) yang menyatakan bahwa hasil perhitungan agregasi WTP pada setiap jenis sayur organik dapat memberikan gambaran mengenai tingkat preferensi konsumen terhadap berbagai jenis sayur organik yang ditawarkan, serta potensi nilai ekonomi yang dapat dihasilkan. Agregasi WTP dapat memberikan informasi penting pada pemasar atau produsen dalam memahami pola konsumsi dan menentukan nilai ekonomi dari produk sayur organik di pasar.

Berdasarkan Tabel 4. Menunjukkan peningkatan persentase yang dihitung berdasarkan perbandingan antara agregasi harga awal produk dan agregasi WTP menunjukkan bahwa jenis sayur brokoli memiliki nilai peningkatan tertinggi dengan persentase sebesar 10,84%, sementara jenis sayur pakcoy memiliki nilai terendah dengan persentase sebesar 7,5%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen bersedia membayar lebih tinggi untuk brokoli organik, sedangkan pakcoy memiliki kenaikan harga yang lebih terbatas. Produsen dapat menyesuaikan harga jual yang sesuai dengan tingkat peningkatan WTP yang telah diperoleh untuk memastikan daya saing produk tetap terjaga di pasar sekaligus memaksimalkan keuntungan. Sayuran dengan peningkatan persentase WTP yang lebih tinggi memiliki potensi untuk mengalami penyesuaian harga yang lebih besar tanpa menurunkan permintaan secara signifikan.

Uji Instrumen

Uji instrumen adalah proses pengujian yang dilakukan untuk menilai apakah alat ukur dalam suatu penelitian seperti kuesioner telah memenuhi standar validitas dan reliabilitas. Instrumen yang valid dan reliabel akan memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan akurat. Uji instrumen dilakukan sebelum mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Item 1	0,769	0,361	Valid
Item 2	0,810	0,361	Valid
Item 3	0,789	0,361	Valid

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Dampak Bagi Kesehatan

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Item 1	0,842	0,361	Valid
Item 2	0,808	0,361	Valid
Item 3	0,747	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 5 dan 6. diketahui bahwa variabel kualitas produk dan dampak bagi kesehatan pada setiap butir pernyataan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap butir pernyataan tersebut valid. Hal ini dapat di dukung oleh pendapat Darma (2021) yang menyatakan bahwa jika nilai korelasi (r hitung) lebih besar dari nilai r tabel, maka tiap butir pernyataan tersebut memiliki validitas yang baik, sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti secara akurat.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,672	Reliabel
Dampak bagi Kesehatan	0,713	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 7. diketahui bahwa variabel kualitas produk dan dampak bagi kesehatan pada setiap butir pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,6 sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap butir pernyataan tersebut konsisten atau reliabel. Hal ini dapat di dukung oleh pendapat Darma (2021) yang menyatakan bahwa reliabilitas dapat diukur menggunakan metode Cronbach's Alpha, di mana suatu instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,6. Nilai ini menunjukkan

bahwa butir-butir pernyataan dalam kuesioner memiliki tingkat konsistensi internal yang baik, sehingga dapat digunakan secara andal untuk mengukur variabel yang diteliti.

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah data dalam suatu penelitian berdistribusi normal atau tidak, agar hasil analisis menjadi lebih valid dan dapat diinterpretasikan dengan lebih akurat.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 8. diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh yaitu sebesar 0,200. Hal tersebut menunjukkan bahwa data terdistribusi normal karena batas signifikansi yang ditetapkan yaitu $> 0,05$. Hal ini di dukung oleh pendapat Nugraha (2022) yang menyatakan bahwa jika nilai asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$ maka data dapat disimpulkan berdistribusi normal. Distribusi normal pada data menunjukkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi sehingga metode analisis regresi linier berganda dapat digunakan secara valid. Normalitas data yang terpenuhi juga mengindikasikan bahwa penyebaran data tidak mengalami pola yang ekstrem atau menyimpang, sehingga hasil analisis yang diperoleh lebih dapat dipercaya dan diinterpretasikan dengan baik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Usia (X_1)	0,851	1,175	Tidak Multikolinearitas
Tingkat Pendidikan (X_2)	0,756	1,322	Tidak Multikolinearitas
Pekerjaan (X_3)	0,842	1,188	Tidak Multikolinearitas
Tingkat Pendapatan (X_4)	0,570	1,756	Tidak Multikolinearitas
Harga Produk (X_5)	0,988	1,013	Tidak Multikolinearitas
Kualitas Produk (X_6)	0,814	1,228	Tidak Multikolinearitas
Dampak Bagi Kesehatan (X_7)	0,775	1,290	Tidak Multikolinearitas

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 9. diketahui bahwa hasil uji multikolinearitas pada setiap variabel independen diperoleh nilai tolerance secara berturut – turut yaitu $X_1 = 0,851$; $X_2 = 0,756$; $X_3 = 0,842$; $X_4 = 0,570$; $X_5 = 0,988$; $X_6 = 0,814$; dan $X_7 = 0,775$. Nilai VIF (Variance Inflation Factor) pada setiap variabel independen secara berturut – turut yaitu $X_1 = 1,175$; $X_2 = 1,322$; $X_3 = 1,188$; $X_4 = 1,756$; $X_5 = 1,013$; $X_6 = 1,228$; dan $X_7 = 1,290$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai tolerance yang diperoleh $> 0,1$ dan nilai $VIF \leq 10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa antar setiap variabel tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini didukung oleh pendapat Widana & Muliani (2020) yang menyatakan bahwa kolineritas tinggi dapat terjadi jika nilai VIF yang diperoleh lebih besar dari 10 dan nilai tolerance yang diperoleh lebih kecil dari 0,1.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian dalam analisis regresi yang bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual (error) pada model regresi

Tabel 10. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	t	Sig.	Keterangan
Usia (X_1)	0,913	0,363	Tidak Heterokedastisitas
Tingkat Pendidikan (X_2)	0,568	0,571	Tidak Heterokedastisitas
Pekerjaan (X_3)	-1,112	0,269	Tidak Heterokedastisitas
Tingkat Pendapatan (X_4)	0,745	0,458	Tidak Heterokedastisitas
Harga Produk (X_5)	1,530	0,130	Tidak Heterokedastisitas
Kualitas Produk (X_6)	0,198	0,844	Tidak Heterokedastisitas
Dampak Bagi Kesehatan (X_7)	-0,027	0,979	Tidak Heterokedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 10. diketahui bahwa hasil uji heteroskedastisitas pada setiap variabel independen menggunakan uji Glejser diperoleh nilai signifikansi secara berturut – turut yaitu $X1 = 0,363$; $X2 = 0,571$; $X3 = 0,269$; $X4 = 0,458$; $X5 = 0,130$; $X6 = 0,844$; dan $X7 = 0,979$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada setiap variabel independen yang diperoleh yaitu lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa antar setiap variabel tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini didukung oleh pendapat Widana & Muliani (2020) yang menyatakan bahwa apabila korelasi antara variabel independen dan residual diperoleh nilai signifikansi $> 0,05$ maka dinyatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Faktor yang mempengaruhi WTP

Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi kesediaan membayar konsumen produk sayur organik dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Model persamaan regresi linier berganda diperoleh sebagai berikut:

$$Y = -1492,558 + 4,065X1 + 38,131X2 + 4,562X3 - 1,326E-5X4 + 1,039X5 + 18,018X6 + 94,501X7 + e$$

Model persamaan regresi tersebut selanjutnya diuji dengan menggunakan uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi (R^2).

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah ukuran dalam analisis regresi yang menunjukkan seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi R^2

<i>Model Summary</i>	1
R	0,923 ^a
<i>R Square</i>	0,852
<i>Adjusted R Square</i>	0,841
<i>Std. Error of the Estimate</i>	648,503

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 11. diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,841. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan, harga produk, kualitas produk, dan dampak bagi kesehatan mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen yaitu nilai kesediaan membayar terhadap sayur organik sebesar 84,1% sedangkan sisanya yaitu 15,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Nilai 0,841 menunjukkan bahwa model memiliki tingkat (goodness of fit) yang tinggi. Hal ini didukung oleh pendapat yang menyatakan bahwa jika nilai R^2 mendekati angka 1, maka semakin baik model dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Uji F

Uji F atau koefisien regresi secara serentak adalah pengujian dalam regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 12. Uji F

Model	<i>Sum of Square</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
<i>Regression</i>	222596842,486	7	31799548,927	75,613	0,00 ^b
Residual	38691115,624	92	420555,605		
Total	261287958,110	99			

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 25. diketahui bahwa nilai Fhitung yang diperoleh dengan menggunakan uji F yaitu sebesar 75,613 sedangkan Ftabel menggunakan nilai sebesar 2,112. Hal tersebut menunjukkan apabila Fhitung $>$ Ftabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan, harga produk, kualitas produk, dan dampak bagi kesehatan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai kesediaan membayar (WTP) konsumen terhadap sayur organik. Hal ini didukung oleh pendapat Darma (2021) yang menyatakan bahwa apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai Fhitung $>$ Ftabel, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil analisis

tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diuji secara bersama-sama memberikan dampak nyata terhadap keputusan konsumen dalam menentukan kesiediaan membayar untuk produk sayur organik.

Uji T

Uji T adalah pengujian untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) dalam model regresi secara individual (parsial)

Tabel 13. Uji T

Variabel	Koefisien Regresi	t	Sig.
Konstanta	-1492,558	-6,414	0,000*
Usia (X ₁)	4,065	2,247	0,027*
Tingkat Pendidikan (X ₂)	38,131	2,704	0,008*
Pekerjaan (X ₃)	4,562	0,514	0,608
Tingkat Pendapatan (X ₄)	-1,326E-5	-1,192	0,236
Harga Produk (X ₅)	1,039	87,014	0,000*
Kualitas Produk (X ₆)	18,018	2,018	0,047*
Dampak Bagi Kesehatan (X ₇)	94,501	7,121	0,000*

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 13. diketahui bahwa hasil secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen pada variabel usia didapatkan hasil t hitung sebesar 2,247 dan nilai signifikansi sebesar 0,027 ($0,040 < 0,05$) yang menunjukkan bahwa variabel usia dapat berpengaruh secara signifikan terhadap kesiediaan membayar sayur organik. Nilai koefisien regresi pada variabel usia diperoleh sebesar 4,065X1, maka artinya variabel usia berpengaruh positif terhadap nilai kesiediaan membayar dengan menganggap variabel independen lain konstan. Hal tersebut menunjukkan apabila terjadi kenaikan pada variabel usia maka akan terjadi kenaikan satu satuan nilai WTP sebesar Rp4,065. Responden yang memiliki usia lebih dewasa akan memiliki pengetahuan yang berbeda dengan responden yang berusia lebih muda.

Berdasarkan Tabel 13. diketahui bahwa pada variabel tingkat pendidikan didapatkan hasil T hitung sebesar 2,704 dan nilai signifikansi sebesar 0,08 ($0,08 < 0,05$) yang menunjukkan bahwa tingkat pendidikan dapat berpengaruh secara signifikan pada kesiediaan membayar terhadap sayur organik. Nilai koefisien regresi pada variabel tingkat pendidikan diperoleh sebesar 38,131X2, maka artinya variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap kesiediaan membayar sayur organik dengan menganggap variabel independen lain konstan. Apabila terjadi kenaikan satu tingkat pendidikan, maka akan terjadi kenaikan satu satuan nilai WTP sebesar Rp38,131. Responden yang memiliki pendidikan lebih tinggi akan mempunyai pemahaman yang lebih baik dalam memperoleh informasi dan pengambilan keputusan.

Tabel 26. diketahui bahwa pada variabel pekerjaan didapatkan hasil T hitung sebesar 0,514 dan nilai signifikansi sebesar 0,608 yang menunjukkan bahwa variabel pekerjaan tidak berpengaruh secara signifikan pada kesiediaan membayar terhadap sayur organik. Variabel pekerjaan tidak mempengaruhi nilai kesiediaan membayar sayur organik yang artinya baik pekerjaan PNS/TNI/POLRI, pegawai swasta, wirausaha/wiraswasta, ibu rumah tangga, mahasiswa atau pekerjaan lainnya tidak memiliki perbedaan yang signifikan terhadap nilai kesiediaan membayar sayur organik

variabel tingkat pendapatan didapatkan hasil T hitung sebesar 1,192 dan nilai signifikansi sebesar 0,236 ($0,236 > 0,05$) yang menunjukkan bahwa tingkat pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan pada kesiediaan membayar terhadap sayur organik. Variabel tingkat pendapatan tidak mempengaruhi secara parsial terhadap nilai kesiediaan membayar sayur organik yang artinya besar kecilnya pendapatan tidak menentukan alokasi untuk belanja responden.

variabel harga produk didapatkan hasil T hitung sebesar 87,014 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa harga produk dapat berpengaruh secara signifikan pada kesiediaan membayar terhadap sayur organik. Nilai koefisien regresi pada variabel harga produk diperoleh sebesar 1,039X5, yang artinya apabila harga produk mengalami kenaikan satu rupiah, maka akan terjadi kenaikan satu satuan pada nilai WTP sebesar Rp1,039 dengan menganggap variabel independen lain konstan. Variabel harga produk mempengaruhi secara parsial terhadap nilai kesiediaan membayar sayur organik yang artinya jika konsumen merasa harga sayur organik

sebanding dengan manfaatnya maka mereka akan bersedia membayar lebih, sebaliknya jika harga dianggap terlalu mahal maka konsumen akan mencari alternatif lain.

variabel kualitas produk didapatkan hasil T hitung sebesar 2,018 dan nilai signifikansi sebesar 0,047 ($0,047 < 0,05$) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan pada kesediaan membayar terhadap sayur organik. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk diperoleh sebesar 18,018X6, yang artinya apabila terjadi kenaikan kualitas produk, maka akan terjadi kenaikan satu satuan terhadap nilai WTP sebesar Rp18,018 dengan menganggap variabel independen lain konstan.

variabel dampak bagi kesehatan didapatkan hasil T hitung sebesar 7,121 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) yang menunjukkan bahwa dampak bagi kesehatan dapat berpengaruh secara signifikan pada kesediaan membayar terhadap sayur organik. Nilai koefisien regresi pada dampak bagi kesehatan diperoleh sebesar 94,501X7, yang artinya apabila terjadi kenaikan dampak bagi kesehatan, maka akan terjadi kenaikan satu satuan nilai WTP sebesar Rp94,501 dengan menganggap variabel independen lain konstan. Variabel dampak bagi kesehatan mempengaruhi nilai kesediaan membayar yang artinya apabila konsumen meyakini bahwa sayur organik memiliki kandungan yang lebih sehat dan aman, maka akan cenderung memiliki WTP lebih tinggi.

KESIMPULAN

1) Karakteristik responden konsumen sayur organik adalah berjenis kelamin perempuan sebesar 81%, berusia 31 – 40 tahun dengan persentase sebesar 34%, memiliki latar tingkat pendidikan Strata 1 sebesar 40%, memiliki pekerjaan sebagai PNS/TNI/POLRI dengan persentase sebesar 32%, memiliki tingkat pendapatan perbulan sebesar Rp3.000.000 – Rp5.999.999 dengan persentase sebesar 44%, membeli sayur organik dengan harga berkisar Rp10.000 – 12.999 dengan persentase sebesar 87%, penilaian terhadap kualitas produk dengan skor tinggi sebesar 56%, dan penilaian terhadap dampak konsumsi sayur organik bagi kesehatan dengan skor tinggi sebesar 76%. 2) Responden yang bersedia membayar lebih mahal terhadap sayur organik sebesar 75% dari total 100% responden. Nilai rata – rata WTP maksimum untuk jenis sayur brokoli organik sebesar 10,84% dari harga asli saat ini, jenis sayur selada organik sebesar 9,09% dari harga asli, kangkung organik sebesar 8,75% dari harga asli, bayam organik sebesar 8,53% dari harga asli, sawi organik sebesar 9,45% dari harga asli, dan pakcoy organik sebesar 7,5% dari harga asli. 3) Faktor usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan, harga produk, kualitas produk, dan dampak bagi kesehatan berpengaruh secara simultan terhadap nilai kesediaan membayar sayur organik. Secara parsial, variabel usia, tingkat pendidikan, harga produk, kualitas produk, dan dampak bagi kesehatan yang berpengaruh signifikan terhadap nilai kesediaan membayar sayur organik.

Adapun saran yang dapat diberikan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut: 1) Bagi produsen, nilai WTP yang telah diperoleh agar dipertimbangkan dalam menyesuaikan harga jual sayur organik sehingga dapat tetap kompetitif di pasar sekaligus mampu memaksimalkan keuntungan 2) Bagi peneliti lain dapat melakukan penelitian serupa dengan cakupan wilayah yang lebih luas untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai WTP konsumen terhadap sayur organik. Peneliti lain juga perlu mempertimbangkan untuk meneliti variabel – variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini namun memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar sayur organik, seperti gaya hidup, sertifikasi organik, dan aksesibilitas produk organik

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., & N. Azizah. (2018). Teknologi budidaya tanaman sayuran secara hidroponik. Penerbit Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Ariadi, B. Y., R. Relawati., B. Szymoniuk, & W. A. Khan. (2021). The factors influencing purchase and willingness to pay for organic vegetables. *J. of Sarhad Agriculture*. 37(1): 207-218.
- Arif, H. M., R. Reflis, A. Irawan, I. Cahyadinata, & Z. Yuliarso. (2022). Effect of price sensitivity and green knowledge on the interest in buying organik vegetables in Bengkulu Province. *J. Ilmu dan Teknologi Pertanian*. 9(2): 425-434.
- Aufanada, V., T. Ekowati, & W. D. Prastiwi. (2017). Kesediaan membayar produk sayuran organik di pasar modern Jakarta Selatan. *J. of Agribusiness and Rural Development Research*. 3(2): 67-75.

- Darma, B. (2021). Statistika penelitian menggunakan SPSS (uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji f, r²). Penerbit Guepedia. Jakarta.
- Fajria, F., D. Ethika, & D. Kusnaman. (2020). Analisis kesiediaan membayar (*willingness to pay*) konsumen terhadap sayuran organik di Pasar Modern Purwokerto dan faktor yang memengaruhi. *J. Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 17(1): 40-48.
- Lemeshow, S & P. S. Levy. (2013). *Sampling of populations: methods and applications*. John Wiley & Sons. New Jersey.
- Liu, W. S. (2017). Perilaku konsumen vegetarian di Samarinda dan strategi pengembangan. *J. Ekonomi dan Bisnis*. 21(2): 49-58.
- Mega, A. R. P., H. Hendrarini, & W. Santoso. (2022). Analisis kesiediaan membayar (*willingness to pay*) konsumen terhadap pembelian produk sayuran melalui online market sayurbox. *J. Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. 9(1): 362-375.
- Nawarcono, W., R. Palupi, & D. Ekowati. (2023). Analisis dampak keberadaan pasar modern: studi kasus pedagang Pasar Pawirotaman Yogyakarta. *J. Ekonomi dan Bisnis*. 18(1): 73-83.
- Rofiatin, U., & Bariska, H. F. (2018). Pola *willingness to pay* (wtp) dan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap pilihan sayur organik dan anorganik masyarakat Kota Malang. *J. Optima*. 2(1), 18-26.
- Rondhi, M. (2016). Sekilas pengertian *willingness to pay* dan pengukurannya dalam modul kebijakan dan peraturan bidang pertanian. *J. Agribisnis Pertanian*. 2(3): 128 – 143.
- Sari, F. P., M. Munajat, E. Lastinawati, A. Meilin, L. Judijanto, S. Sutiharni, & M. Rusliyadi. (2024). *Pembangunan pertanian berkelanjutan*. Penerbit PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi.
- Setiyawan, H., S. I. Santoso, & S. H. Putri. (2024). Analisis kesiediaan membayar (*willingness to pay*) terhadap produk sayur organik (studi kasus: pasar sehat Semarang). *J. Berkala Ilmiah Ilmu-ilmu Pertanian*. 42(2): 196-213.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sutarni, T., B. Trisnanto, & B. Unteawati. (2017). Preferensi konsumen terhadap atribut produk sayuran organik di Kota Bandar Lampung. *J. Penelitian Pertanian Terapan*. 17(3): 203-211.