

Preferensi Konsumen dan Kesiediaan Membayar pada Jeruk Lokal di Sumatera Utara: Analisis *Discrete Choice Experiment*

Consumer Preferences and Willingness to Pay for Local Oranges in North Sumatra: A Discrete Choice Experiment Analysis

Putra Irwandi*¹, Daffa Ibra Danendra², Surya Sevi Wijayanna Lumban Tobing¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Universitas Satya Terra Bhinneka
Kota Medan, Sumatera Utara

²Pascasarjana Ilmu Ekonomi Pertanian, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB University

*Email: putrairwandi7000@gmail.com

(Diterima 01-07-2026; Disetujui 30-07-2026)

ABSTRAK

Jeruk lokal merupakan salah satu komoditas hortikultura unggulan di Sumatera Utara yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Namun, meningkatnya persaingan dengan buah impor menuntut pemahaman yang lebih mendalam mengenai preferensi konsumen dan kesiediaan membayar (*Willingness to Pay*/WTP) terhadap atribut jeruk lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen serta mengestimasi kesiediaan membayar konsumen terhadap atribut jeruk lokal di Sumatera Utara menggunakan pendekatan *Discrete Choice Experiment* (DCE). Data primer diperoleh melalui survei terhadap konsumen jeruk lokal di Sumatera Utara menggunakan kuesioner berbasis choice set. Atribut yang dianalisis meliputi kesegaran buah, kadar air, rasa, dan harga. Analisis data dilakukan menggunakan model Multinomial Logit (MNL). Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut rasa merupakan faktor yang paling memengaruhi preferensi konsumen, diikuti oleh kesegaran buah. Sebaliknya, atribut kadar air berpengaruh negatif terhadap utilitas konsumen, sedangkan atribut harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen di Sumatera Utara cenderung lebih menyukai jeruk lokal yang memiliki rasa yang lebih baik dan tingkat kesegaran yang tinggi serta bersedia membayar lebih untuk atribut-atribut tersebut. Oleh karena itu, peningkatan kualitas rasa dan kesegaran buah perlu menjadi prioritas dalam strategi pengembangan dan pemasaran jeruk lokal guna meningkatkan daya saing di pasar.

Kata kunci: *Discrete Choice Experiment*, jeruk lokal, preferensi konsumen, *Willingness to Pay*

ABSTRACT

Local oranges are one of the leading horticultural commodities in North Sumatra and have considerable potential for further development. However, increasing competition from imported fruits requires a deeper understanding of consumer preferences and their willingness to pay (WTP) for the attributes of local oranges. This study aims to analyze consumer preferences and estimate consumers' willingness to pay for local orange attributes in North Sumatra using the Discrete Choice Experiment (DCE) approach. Primary data were collected through a survey of local orange consumers in North Sumatra using a choice set-based questionnaire. The attributes analyzed included fruit freshness, water content, taste, and price. Data were analyzed using the Multinomial Logit (MNL) model.

The results indicate that taste is the most influential attribute affecting consumer preferences, followed by fruit freshness. In contrast, the water content attribute has a negative effect on consumer utility, whereas the price attribute has a positive and significant effect on consumers' choice decisions. These findings suggest that consumers in North Sumatra prefer local oranges with better taste and higher freshness and are willing to pay a premium for these desirable attributes. Therefore, improving taste quality and fruit freshness should be prioritized in the development and marketing strategies of local oranges to enhance their competitiveness in the market.

Keywords: *Discrete Choice Experiment*, local oranges, consumer preferences, willingness to pay

PENDAHULUAN

Komoditas jeruk merupakan salah satu komoditas hortikultura strategis di Indonesia karena memiliki nilai ekonomi yang tinggi, konsumsi yang besar, serta keterkaitan erat dengan peningkatan pendapatan petani. Jeruk dapat dikembangkan oleh petani di dataran rendah hingga dataran tinggi dengan varietas yang berbeda-beda. Tidak hanya itu, jeruk juga dikonsumsi oleh semua kalangan baik masyarakat dengan pendapatan rendah, sedang hingga tinggi, baik dalam bentuk buah segar

ataupun olahan jeruk (Yunus & Fitriadi, 2026). Indonesia dalam kurun satu dekade terakhir merupakan produsen jeruk dunia untuk jenis jeruk keprok atau siam. Data dari Direktorat Jenderal Holtikultura menyatakan bahwa tahun 2023 jeruk siam menyumbang 9,8 persen dari total produksi buah Indonesia menyaingi pisang, mangga, dan nanas. Data lain dari Badan Pusat Statistik tahun 2023 menyatakan bahwa produksi jeruk siam mencapai 2,8 juta ton pada tahun 2023, meningkat 10,94 persen dibanding tahun sebelumnya. Produktivitas nasional jeruk siam mencapai 129,06 kg per pohon. Hal ini memperkuat posisi jeruk lokal memiliki kapasitas produksi yang tinggi dalam memenuhi kebutuhan pasar lokal. Hal ini tentu diperkuat dan didukung oleh petani yang memiliki luas lahan berskala besar dengan pengembangan luas lahan ratusan hingga ribuan hektar.

Permintaan konsumsi jeruk juga mengalami peningkatan hingga 6 kali lipat sejak tahun 1995. Permintaan tahunan meningkat hingga 4,93 persen sejak tahun 2016 hingga 2023. Konsumsi jeruk tahun 2022 mencapai 1.326 ribu ton naik hingga 36,94 persen dari tahun 2021 (BPS, 2021). Meskipun permintaan dan konsumsi jeruk meningkat namun tingkat konsumsi individu masih jauh dari konsumsi ideal yakni 4kg/orang/tahun (Hanif, 2020). Sehingga, dalam jangka panjang permintaan pemenuhan gizi dari konsumsi jeruk lokal menjadi peluang besar untuk mengembangkan produksi jeruk, termasuk jeruk lokal di Indonesia.

Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu provinsi dengan posisi strategis dalam pengembangan sistem agribisnis jeruk lokal. Dominasi jenis jeruk yang diproduksi adalah jeruk siam atau keprok. Periode tahun 2018-2022, Sumatera Utara menjadi provinsi dengan sentra utama produksi jeruk dengan total 398.375 ton jeruk atau sekitar 14,84 persen jeruk nasional, setelah Jawa Timur. Tahun 2022 jumlah jeruk siam Sumatera Utara meningkat dari 398.064 ton menjadi 440.910 ton pada tahun 2023. Produktivitas juga meningkat dari 141,05 kg per pohon menjadi 171,46 kg per pohon pada periode yang sama. Namun, peningkatan produksi juga tidak selalu berbanding lurus dengan jaminan daya saing pasar. Tantangan daya saing juga muncul yakni kehadiran jeruk impor yang berasal banyak dari Cina, Pakistan, Australia, hingga Amerika dan Brazil. Cina menjadi pemasok utama jeruk dengan nilai USD 165,52 juta atau sebesar 64,98 persen dari total impor jeruk di Indonesia, disusul oleh Pakistan (USD 28,43 juta), Australia (USD 27,61 juta), Amerika (USD 10 juta) dan Brazil (USD 8,50 juta). Buah jeruk impor memiliki karakteristik berwujud segar, kulit lebih bersih, rasa yang manis, ukuran konsisten menjadi saingan terberat dari jeruk lokal di Sumatera Utara yang rerata mengalami permasalahan sortasi, grading, kontinuitas pasokan, variasi mutu antar produsen. Pemasaran buah segar yang tidak konsisten dapat menurunkan kepercayaan konsumen meskipun produk jeruk berasal dari daerah sentra.

Jeruk lokal Sumatera Utara yakni varietas siam atau keprok memiliki karakteristik konsumen yang bergantung pada kualitas visual, rasa, kesegaran, ukuran, harga, dan kepercayaan. Konsumen tidak hanya berfokus pada harga, tetapi juga atribut fisik dan non fisik seperti warna kulit, tingkat kemanisan, ukuran buah, kadar air menjadi penting untuk dikaji. Penilaian terhadap kinerja atribut akan menggambarkan preferensi dan kesiediaan membayar lebih terhadap atribut yang dimiliki produk. Saat ini, penting untuk pengembangan jeruk lokal perlu bergerak pada pendekatan berbasis pada permintaan dan perilaku konsumen (Canavari et al., 2010; Ceschi et al., 2018). Pemenuhan keinginan konsumen dapat dinilai berdasarkan evaluasi konsumen terhadap atribut intrinsik yang berasal dari sifat alami buah dan tidak dapat diubah misalnya rasa, kesegaran, kandungan air. Sedangkan atribut ekstrinsik merupakan atribut yang dapat meningkatkan nilai tambah tanpa mengubah sifat intrinsik yang dimiliki, seperti harga. Jika dilihat dari perspektif atribut ekstrinsik yakni harga, jeruk siam Sumatera Utara berkisar antara Rp16.658 – Rp18.162 per kilogram. Terdapat selisih harga antara Rp7.000 – Rp9.000 antara produsen dan konsumen yang menandakan adanya biaya margin dalam rantai pemasaran. Bagi konsumen harga menjadi bagian penting dalam keputusan pembelian, sedangkan bagi produsen harga adalah insentif ekonomi yang akan diterima. Oleh karena itu, penting memahami kesiediaan membayar atau willingness to pay untuk mengetahui apakah konsumen bersedia membayar lebih untuk atribut-atribut tertentu dari jeruk lokal.

Meskipun Sumatera Utara dikenal sebagai sentra jeruk nasional, namun kajian tentang preferensi dan kesiediaan masih terbatas. Kajian penelitian terdahulu masih berfokus pada pengembangan produksi, produktivitas, saluran pemasaran, atau pendapatan petani semata. Penelitian yang mengaitkan pada preferensi konsumen, atribut jeruk lokal, dan kesiediaan membayar masih terbatas. Penelitian terdahulu penting untuk dilakukan, namun belum bisa menjawab atribut apa yang membuat konsumen memilih jeruk lokal di Sumatera Utara, berapa tambahan harga yang bersedia dibayarkan terhadap atribut yang dikaji. Sehingga kekosongan ini menciptakan celah penelitian yang relevan dikaji secara akademik dan praktis. Definisi Preferensi secara sederhana adalah pilihan suka atau

tidak suka konsumen terhadap produk yang dikonsumsi (Aiman et al., 2017). Menilai preferensi konsumen dilakukan dengan tingkat kegunaan dan nilai relatif penting terhadap atribut yang terkandung dalam produk. Sedangkan Willingness to Pay adalah kepentingan konsumen untuk memilih kualitas atribut buah dibandingkan dengan harga (Jurkenbeck dan Meyarding, 2019). Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan preferensi konsumen dan Willingness to pay berfokus pada komoditas berbeda di lokasi lain seperti apel dan tomat. Penelitian tersebut adalah (Putra & Tarigan, 2023; van den Heuvel et al., 2016) yang menyatakan bahwa konsumen menyukai jeruk manis, ukuran kecil warna yang oranye, dan jenis buah lokal di Surabaya. Atribut kesegaran buah juga penting kepada konsumen (Muzdalifah, 2012). Pada penelitian lain dilakukan oleh (Jurkenbeck dan Meyarding, 2019) komoditas tomat, dan Penelitian Ceshi et al., 2018 pada komoditas apel. Ragam analisis data yang dilakukan antara lain Analisis Chi-Square, analisis jalur, dan konjoint analisis. Penelitian tentang Willingness to Pay dilakukan pada konsumen apel dengan varietas berbeda dengan fokus pada kematangan buah (McCluskey et al., 2013), juga penelitian WTP pada apel lokal di Portugal oleh Botelho et al., (2013).

Berdasarkan data, peluang tersebut, penelitian tentang Preferensi Konsumen dan Kesiediaan Membayar pada Jeruk Lokal di Provinsi Sumatera Utara dengan Analisis Discrete Choice Experiment memiliki urgensi yang kuat. Penelitian ini dapat memberikan bukti empiris tentang struktur preferensi konsumen terhadap atribut jeruk lokal. Hasilnya dapat membantu petani dan pelaku rantai pasok menentukan prioritas peningkatan mutu. Pemerintah daerah juga dapat menggunakan hasil penelitian untuk merancang kebijakan penguatan daya saing jeruk lokal, termasuk standar grading, promosi asal daerah, sertifikasi keamanan pangan, dan pengembangan pasar berbasis nilai. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada literatur perilaku konsumen pangan, tetapi juga mendukung pengembangan hortikultura lokal yang lebih responsif terhadap pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi dan kesiediaan membayar konsumen terhadap jeruk lokal di Sumatera Utara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2026 di Provinsi Sumatera Utara yang dipilih secara purposive dengan mempertimbangkan dapat mewakili konsumen jeruk lokal siam di Sumatera Utara. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang bersumber dari survei daring dengan penyebaran kuisioner google form dalam kuisioner penelitian. Penyebaran dilakukan melalui media sosial seperti instagram dan whatsappApp. Pengambilan sampel yang direkomendasikan dalam penelitian DCE mengikuti persamaan Johnson dan Orme (2023) sesuai formula berikut:

$$n \geq \frac{500 c}{t \times a}$$

Dimana n adalah jumlah minimal responden, t adalah jumlah choice set, a adalah jumlah profil responden per choice set, dan c adalah jumlah atribut. Pengambilan sampel disesuaikan dengan penyusunan choice set dengan kombinasi 8 choice set, 2 profil per choice set dan 3 atribut penelitian. Sehingga jumlah minimal sampel yang dapat digunakan dan diambil dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$n \geq \frac{500 (3)}{8 \times 2} = 93,75 = 94 \text{ orang} \approx 100 \text{ orang}$$

Jumlah sampel penelitian ini minimal berjumlah 94 orang, data dilapangan mendapatkan 100 responden yang berdomisi di Sumatera Utara dan pernah minimal sekali membeli atau mengonsumsi jeruk siam dalam kurun waktu 6 bulan terakhir ini. Pertimbangan lain adalah responden berumur diatas 17 tahun dengan justifikasi dapat menentukan pilihan secara bijak dan dapat dipertanggungjawabkan.

Analisis data menggunakan Discrete Choice Experiment (DCE) yang merupakan konsep random utility theory dimana memprediksi peluang individu untuk membuat pilihan tertentu yang memberikan kesempatan kepada peneliti mengamati permasalahan masa lalu responden. Analisis DCE ini merupakan metode yang tepat untuk memilih satu dari sekian banyak alternatif yang disajikan dalam choice set dengan alternatif dari kombinasi yang sudah ditentukan sebelumnya (Kessel, 2011). Pemilihan atribut tersebut didasarkan pada penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa rasa, kesegaran, kandungan air, dan harga merupakan atribut utama yang memengaruhi

preferensi konsumen terhadap buah jeruk lokal. Kombinasi atribut dan level disusun menggunakan desain faktorial fraksional (*fractional factorial design*) untuk menghasilkan sejumlah kartu pilihan (*choice sets*) yang efisien dan tidak membebani responden. Pada setiap kartu pilihan, responden diminta memilih satu dari dua atau tiga alternatif produk jeruk lokal, termasuk opsi tidak membeli (*opt-out option*). Data dikumpulkan melalui survei secara langsung maupun daring menggunakan kuesioner elektronik.

Analisis preferensi konsumen dilakukan menggunakan model Conditional Logit (CL) atau Mixed Logit (ML) untuk mengestimasi pengaruh setiap atribut terhadap utilitas konsumen. Fungsi utilitas responden ke-*i* terhadap alternatif ke-*j* dinyatakan sebagai berikut:

$$U_{ijk} = V_{ijk} + \varepsilon_{ijk}$$

di mana U_{ijk} adalah utilitas laten individu pada choice set ke-*i* terhadap alternatif profil ke-*j*, V_{ijk} adalah komponen sistematik utilitas individu choice set ke-*i* terhadap alternatif profil ke-*j*, dan ε_{ijk} adalah komponen acak utilitas individu pada choice set ke-*i* terhadap alternatif profil ke-*j*. Analisis preferensi konsumen pada penelitian ini menggunakan pendekatan Multinomial Logit (MNL) yang didasarkan pada teori utilitas acak (*Random Utility Theory*).

Data analisis dari choice experiment mendapatkan hasil parameter β untuk masing-masing atribut yang dapat digunakan untuk menghitung besaran WTP konsumen (Bi et al. 2015). Menghitung perbedaan WTP antara dua level untuk setiap kualitas atribut jeruk. Kedua level tersebut dianggap sebagai level atribut kualitas inferior dan superior, dengan asumsi semua atribut kualitas yang lain tetap (Gallardo et al. 2014). Menganalisis data eksperimen menurut Train (2003) WTP dihitung dari rasio koefisien atribut ke koefisien harga. Hal ini didukung penelitian Ceschi et al. (2018) yang mengukur koefisien setiap atribut dengan koefisien harga tetap. Dengan demikian pada penelitian ini WTP atribut dihitung dengan menggunakan rumus (Train 2003; Hole 2007):

$$WTP - j = -(\beta_j / \beta_{\text{harga}})$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan keberagaman latar belakang partisipan yang dapat memengaruhi preferensi dan kesiediaan membayar konsumen. Keberagaman tersebut dilihat dari beberapa kriteria utama, yaitu jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, pendapatan. Aspek jenis kelamin digunakan untuk mengetahui adanya perbedaan minat dan persepsi antara laki-laki dan perempuan terhadap minat preferensi jeruk lokal di Sumatera Utara. Sementara itu, usia dan pengalaman kerja membantu memetakan tingkat kedewasaan, pengalaman, serta tahapan berpikir responden dalam menentukan pilihan konsumsi jeruk. Pekerjaan, khususnya yang berkaitan dengan kegiatan agribisnis atau sektor pertanian, dapat memberikan wawasan praktis yang berpengaruh terhadap membeli jeruk siam ini. Berikut adalah detail lengkap karakteristik responden:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Deskripsi	Jumlah Responden	Persentase
Jenis kelamin	Laki-Laki	30	30,00%
	Perempuan	70	70,01%
	Total	100	100%
Usia	17-20 tahun	40	40,00%
	21-30 tahun	25	25,00%
	31-40 tahun	35	35,00%
	Total	100	100%
Pekerjaan	Mahasiswa	52	52,00%
	Dosen	18	18,00%
	Wirausaha	21	21,00%
	Ibu Rumah Tangga	9	1s00%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Karakteristik responden yang digunakan untuk melihat keragaman dari responden didasarkan atas beberapa kriteria. Kriteria tersebut antara lain jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, dan pendapatan. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas terkait dengan kondisi responden dan

kaitan dengan topik penelitian. Berdasarkan data dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa total responden berjumlah 100 orang dengan persentase dominan terdiri atas 70 orang berjenis kelamin perempuan dan selebihnya adalah laki-laki. Hal ini dikarenakan perempuan memiliki intensi dan naluri serta pendekatan dalam konsumsi buah jeruk. seperti ikut bergabung dalam pelatihan dan berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan Perempuan semakin tertarik pada jeruk dengan kombinasi faktor sosial ekonomi, peran yang berkembang, dan kebutuhan untuk kelangsungan hidup rumah tangga. Tren ini, sering disebut sebagai *feminisasi pertanian* menyoroti tanggung jawab perempuan yang berkembang dalam pertanian, yang tidak hanya meningkatkan ketahanan pangan tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan mereka dalam rumah tangga dan Masyarakat, termasuk konsumsi buah dirumah tangga (Deepshikha et al., 2024; Man et al., 2024; Tijani & Tijjani, 2019).

Tidak hanya jenis kelamin, karakteristik dari usia juga penting untuk dianalisis. Usia responden ialah usia pada saat penelitian ini dilakukan yang dinyatakan dalam tahun. Usia merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap dan pengambilan keputusan seseorang sesuai dalam menentukan pilihan dan preferensi konsumsi buah jeruk. Seseorang berada pada usia yang matang tentunya akan lebih mudah untuk mempertimbangkan keinginan dan harapan dimasa mendatang. Usia produktif memengaruhi seseorang agar lebih dinamis dan tanggap terhadap perkembangan lingkungan yang ada di sekitar mereka. Orang yang masih dalam usia matang cenderung lebih berani dalam mengambil resiko pada keputusan yang diambil atau kegiatan yang sedang mereka tekuni dengan pengalaman yang banyak, termasuk pilihan untuk menentukan preferensi atribut jeruk.Usia merupakan salah satu faktor penting dalam kemampuan dan peningkatan kinerja seseorang dalam melakukan pilihan (Rustandi et al., 2020; Sa'adah et al., 2021)

Preferensi Konsumen terhadap Konsumen Buah Jeruk di Sumatera Utara

Analisis prefersensi konsumen dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen sehingga bisa ditingkatkan mutu dan eksistensinya di pasar jeruk dalam negeri. Metode analisis yang digunakan adalah metode DCE dengan terlebih dahulu mengkombinasi atribut jeruk menjadi dua pilihan di delapan pertanyaan yang dapat dipilih oleh responden. Berikut adalah hasil analisis Discreate Choise Experimental menggunakan STATA 17.

Tabel 2. Hasil Analisis Preferensi Konsumen

Atribut	Koefisien	Standar Error	z	p-Value
Kesegaran Buah	0.5434	0.0793	6.85	0.000***
Kadar Air	-0.2305	0.0786	-2.93	0.003***
Rasa	0.7064	0.0794	8.90	0.000***
Harga	0.0000898	0.0000089	10.14	0.000***
Number of Observation	100			
Prob>Chi2	0.000			
Wald chi2(4)	215.47			
Log Likelihood	-565.789			

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil estimasi model preferensi, diketahui bahwa atribut kesegaran buah, kadar air, rasa, dan harga berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen dalam konsumsi jeruk keprok di Sumatera Utara pada taraf nyata 5 persen. Nilai koefisien pada masing-masing atribut merepresentasikan arah perubahan utilitas yang diperoleh konsumen akibat perubahan karakteristik produk. Atribut kesegaran buah memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,5434 ($p < 0,001$) yang menunjukkan bahwa peningkatan tingkat kesegaran menghasilkan peningkatan utilitas konsumen. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kesegaran merupakan atribut yang memberikan nilai tambah dalam proses evaluasi produk oleh konsumen. Dalam teori perilaku konsumen, atribut kesegaran pada produk hortikultura termasuk ke dalam atribut intrinsik yang digunakan sebagai indikator kualitas sebelum keputusan pembelian dilakukan. Tingginya preferensi terhadap buah yang lebih segar menunjukkan bahwa konsumen menempatkan kualitas fisik sebagai dasar dalam menilai nilai konsumsi jeruk keprok. Hasil ini menunjukkan bahwa upaya mempertahankan mutu pascapanen dan efisiensi rantai distribusi menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya tarik produk di tingkat konsumen.

Atribut kadar air menunjukkan koefisien negatif sebesar $-0,2305$ ($p=0,003$) sehingga dapat diinterpretasikan bahwa peningkatan karakteristik kadar air pada jeruk keprok menurunkan utilitas yang diterima konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen tidak selalu meningkat seiring dengan tingginya kandungan air pada buah. Konsumen cenderung mengevaluasi kualitas buah melalui interaksi beberapa atribut secara simultan, terutama hubungan antara kadar air, tekstur, dan intensitas rasa. Dengan demikian, karakteristik kadar air yang lebih tinggi pada konteks penelitian ini diduga belum sepenuhnya mencerminkan kualitas yang diharapkan konsumen. Temuan tersebut menunjukkan bahwa atribut kualitas memiliki sifat relatif dan dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap keseluruhan pengalaman konsumsi.

Atribut rasa memiliki nilai koefisien tertinggi yaitu sebesar $0,7064$ ($p<0,001$) yang menunjukkan bahwa rasa merupakan atribut yang paling dominan dalam membentuk preferensi konsumen terhadap jeruk keprok. Koefisien positif tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas rasa menghasilkan peningkatan utilitas yang lebih besar dibandingkan atribut lainnya. Dalam kajian ekonomi konsumen, rasa merupakan atribut pengalaman yang memiliki kontribusi langsung terhadap tingkat kepuasan setelah konsumsi sehingga sering menjadi determinan utama dalam pembelian ulang. Dominannya pengaruh rasa pada penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi jeruk keprok lebih dipengaruhi oleh kualitas sensori dibandingkan karakteristik fisik semata. Hasil ini sejalan dengan penelitian Gallardo et al. (2014), (Longdong et al., 2025; Santoso, 2022), serta van den Heuvel et al., (2016) yang menunjukkan bahwa atribut rasa memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dalam pembentukan preferensi konsumen terhadap produk buah.

Selanjutnya, atribut harga memiliki koefisien positif sebesar $0,0008998$ ($p<0,001$) yang menunjukkan bahwa perubahan harga secara signifikan memengaruhi utilitas konsumen. Koefisien positif tersebut mengindikasikan bahwa konsumen tidak sepenuhnya memandang harga sebagai bentuk pengorbanan ekonomi, tetapi juga sebagai sinyal kualitas produk. Dalam konteks jeruk keprok di Sumatera Utara, hasil ini menunjukkan bahwa konsumen tetap memberikan preferensi terhadap produk dengan harga yang lebih tinggi apabila disertai karakteristik produk yang sesuai dengan ekspektasi kualitas. Temuan tersebut mengindikasikan adanya kecenderungan *willingness to pay* yang meningkat terhadap atribut produk yang memberikan utilitas lebih besar. Secara agregat, menunjukkan bahwa rasa merupakan atribut dengan kontribusi utilitas tertinggi, diikuti oleh kesegaran buah dan harga, sedangkan kadar air memberikan kontribusi utilitas negatif terhadap preferensi konsumen.

Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen

Harga merupakan faktor yang memengaruhi jumlah permintaan yang bergantung dari jenis barang kebutuhan. Setiap orang mengonsumsi barang diambil dari nilai guna atau manfaat dari barang dan jasa tersebut. Konsumen rela mengeluarkan uang untuk memperoleh kepuasan hati, manfaat, dan nilai guna barang dan jasa secara langsung ataupun tidak langsung meskipun begitu ada keterbatasan pendapatan yang mengharuskan konsumen memilih barang sesuai dengan kemampuannya. Konsep *Willingness to Pay* (WTP) atau kesiediaan membayar menjadi penting untuk memahami sejauh mana konsumen menghargai atribut-atribut yang dimiliki oleh jeruk lokal. WTP mencerminkan nilai ekonomi yang diberikan konsumen terhadap suatu produk berdasarkan manfaat dan kepuasan yang diperoleh. Informasi mengenai WTP dapat memberikan gambaran mengenai atribut jeruk lokal yang paling dihargai konsumen dan menjadi dasar dalam penyusunan strategi pemasaran, penetapan harga, serta peningkatan kualitas produk. Berikut adalah detail terkait kesiediaan membayar konsumen terhadap produk jeruk lokal di Sumatera Utara:

Tabel 2. Kesiediaan Membayar Konsumen

Atribut	WTP (Rp/Kg)
Kesegaran Buah	Rp604
Kadar Air	Rp256
Rasa	Rp785

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Berdasarkan estimasi *marginal willingness to pay* (MWTP) diperoleh bahwa konsumen memiliki nilai kesediaan membayar yang berbeda untuk setiap atribut jeruk keprok.

Atribut rasa memiliki nilai WTP tertinggi sebesar Rp785, yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas rasa memberikan tambahan utilitas paling besar bagi konsumen. Hasil ini mengindikasikan bahwa atribut sensori menjadi faktor utama dalam pembentukan nilai ekonomi jeruk keprok. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian mengenai preferensi buah yang menunjukkan bahwa konsumen cenderung memberikan premium harga yang lebih tinggi pada atribut internal seperti rasa dibandingkan atribut lainnya (Zheng et al., 2016)

Atribut kesegaran buah memiliki nilai WTP sebesar Rp604, yang menunjukkan bahwa konsumen masih bersedia menerima peningkatan harga untuk memperoleh jeruk keprok dengan kondisi yang lebih segar. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa kesegaran dipersepsikan sebagai indikator kualitas yang meningkatkan nilai produk di mata konsumen (Rintasari & Khoirudin, 2018).

Sementara itu, atribut kadar air menghasilkan nilai WTP sebesar Rp256 dengan koefisien utilitas yang bernilai negatif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kadar air memberikan tambahan utilitas yang relatif lebih rendah dibandingkan atribut lainnya sehingga bukan menjadi pertimbangan utama dalam keputusan konsumsi. Temuan ini memperlihatkan bahwa konsumen cenderung lebih menghargai atribut yang secara langsung memengaruhi pengalaman konsumsi dibandingkan karakteristik fisik produk (Ranasingha et al., 2019). Secara umum, urutan preferensi ekonomi konsumen terhadap jeruk keprok adalah rasa, kesegaran, dan kadar air, yang menunjukkan bahwa kualitas sensori memiliki kontribusi lebih besar dalam meningkatkan kesediaan membayar dibandingkan atribut lainnya

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, preferensi konsumen terhadap jeruk lokal dipengaruhi secara signifikan oleh atribut kesegaran buah, kadar air, rasa, dan harga. Atribut rasa memiliki pengaruh positif terbesar terhadap keputusan konsumen dalam memilih jeruk lokal, diikuti oleh kesegaran buah. Sementara itu, kadar air menunjukkan pengaruh negatif terhadap preferensi konsumen, sedangkan harga juga berpengaruh signifikan terhadap pilihan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai jeruk lokal yang memiliki rasa yang baik dan tingkat kesegaran yang tinggi.

Analisis Willingness to Pay (WTP) menunjukkan bahwa konsumen bersedia membayar tambahan harga untuk memperoleh jeruk lokal dengan atribut yang lebih sesuai dengan preferensi mereka, terutama pada atribut rasa dan kesegaran. Kesediaan membayar tersebut mencerminkan adanya apresiasi konsumen terhadap peningkatan kualitas jeruk lokal dan menunjukkan bahwa atribut produk memiliki nilai ekonomi bagi konsumen. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas jeruk lokal melalui perbaikan atribut yang paling dihargai konsumen dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing, nilai tambah, dan pengembangan agribisnis jeruk lokal secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- .Ceschi S, Canavari M, Castellini A. 2018. Consumer's Preference and Willingness to Pay for Apple Attributes: A Choice Experiment in Large Retail Outlets in Bologna (Italy). *Journal InternationalFoodAgribusinessMarketing*.30(4):305–322.
doi:10.1080/08974438.2017.1413614.
- Deepshikha, K., Supriya, Gautam, S., Gopal, M., Pratap, A., & Yadav, D. N. (2024). A Study on the Socio-economic Factors Influencing Women's Involvement in SHG Programmes in Ambedkar Nagar District of Uttar Pradesh, India. *Archives of Current Research International*, 24(9), 209–216. <https://doi.org/10.9734/acri/2024/v24i9885>
- Longdong, F. V, Sondakh, S. J., Aling, D. R. R., Studi, P., Bisnis, A., & Sam, U. (2025). Analysis Of Consumer Willingness to Pay (Wtp) For Processed Carp (Cyprinus Carpio) And Tilapia (Oreochromis Niloticus) Product Attributes in North Minahasa Regency. *Jurnal Ilmu Platax*, (December), 552–559.
- Man, N., Abdulmumini, U., & Siaw, S. Y. (2024). Factors Influencing Participation of Rural Women Farmers in Agricultural Activities in Ranau, Sabah, Malaysia: An Exploratory Factor

- Analysis. *Caraka Tani: Journal of Sustainable Agriculture*, 39(2), 255–268. <https://doi.org/10.20961/carakatani.v39i2.79372>
- McCluskey JJ, Horn BP, Durham CA, Mittelhammer RC, Ying Hu. 2013. Valuation of Internal Quality Characteristics Across Apple Cultivars. *Agribusiness*. 29(2):14. doi:10.1002/agr.
- Putra, A. P., & Tarigan, E. P. L. (2023). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Depot Air Minum. *Computer and Science Industrial Engineering (COMASIE)*, 9(3). <https://doi.org/10.33884/comasiejournal.v9i3.7653>
- Ranasingha, R. G. S. M., Edirisinghe, J. C., & Ratnayake, R. H. M. K. (2019). Willingness to pay for fruit attributes: A conjoint analysis. *Journal of Agricultural Sciences - Sri Lanka*, 14(2), 102–110. <https://doi.org/10.4038/jas.v14i2.8512>
- Rintasari, N., & Khoirudin, R. (2018). Determinan Willingness To Pay Rumah Tipe 36 Kabupaten Bantul. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 15(02). <https://doi.org/10.30651/blc.v15i02.1305>
- Rustandi, A. A., Harniati, & Kusnadi, D. (2020). Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 599–597.
- Sa'adah, L., Martadani, L., & Taqiyuddin, A. (2021). Analisis Perbedaan Kinerja Karyawan Pada Pt Surya Indah Food Multirasa Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 515. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v2i2.711>
- SANTOSO, A. R. P. M. H. H. W. (2022). Alisis Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Konsumen Terhadap Pembelian Produk Sayuran Melalui Online Market Sayurbox. *Agroinfo*, 9(1), 362–375.
- Tijani, B. A., & Tijjani, H. (2019). Socio-Economic Factors Influencing Women Participation in Agricultural Productivity in Damataru Local Governmen Area, Yobe State. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 7(12), 416–429. <http://ijecm.co.uk/>
- van den Heuvel, F. P., de Langen, P. W., van Donselaar, K. H., & Fransoo, J. C. (2016). Identification of Employment Concentration and Specialization Areas: Theory and Application. *Beta Working Paper*, 354(August), 26p. <https://doi.org/10.1002/agr>
- Yunus, M., & Fitriadi, G. (2026). Kemauan Membayar (WTP) Konsumen terhadap Jeruk Mandarin dan Jeruk Siam di Provinsi DKI Jakarta beserta Faktor-faktor yang Memengaruhinya Willingness to Pay (WTP) of Consumers Against Mandarin and Siam Orange in DKI Jakarta Province with Factors That A. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 12(1), 83–90.
- Zheng, X., Yue, C., Gallardo, K., McCracken, V., Luby, J., & McFerson, J. (2016). What attributes are consumers looking for in sweet cherries? Evidence from choice experiments. *Agricultural and Resource Economics Review*, 45(1), 124–142. <https://doi.org/10.1017/age.2016.13>