

KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) BERAS ORGANIK DI KABUPATEN KARANGANYAR

Rofiah¹, Susi Wuri Ani², Joko Sutrisno²

- 1) Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta
- 2) Program studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret
Jl. Ir. Sutami NO. 36 Ketingan Surakarta 57126 Telp/Fax (0271) 637457
Email korespondensi: rophi24@gmail.com

ABSTRACT

The objectives of this study were to estimate the consumers willingness to pay (WTP) for organic rice in Karanganyar Regency, analyze the factors influencing consumers WTP and to find its most dominant factors. This study was carried out in Karanganyar Regency that was selected purposively with certain criteria, one of the regions that is developing intensively the organic cropping pattern, so that it is expected to increase production and consumption in Karanganyar Regency. This study was conducted on 60 consumers based on consideration that organic rice consumers in Karanganyar regency are still low. The sampling locations in this study are modern markets and organic rice agents in Karanganyar Regency. The method used in this study is the Contogent Valuation Valuation Method (CVM), to estimate the value of WTP for organic rice. While to multiple linear regression analysis to analyze the factors that influence and determine the most dominant factors. The results of this study are the average value of willingness to pay for organic rice in Karanganyar Regency is IDR 15,367 per kilogram. Factors that influence the value of WTPs are income, trust, health awareness, age and environmental awareness. The factor that has a dominant influence on the value of willingness to pay for organic rice in Karanganyar Regency is income.

Keywords: *Organic Rice, CVM, WTP*

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengestimasi nilai kesediaan membayar (*willingness to pay* atau WTP) beras organik di Kabupaten Karanganyar, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kesediaan membayar tersebut serta menentukan faktor yang paling berpengaruh. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive yaitu di Kabupaten Karanganyar dengan alasan Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu daerah penghasil beras organik dan berpotensi untuk dikembangkan sehingga diharapkan tidak hanya terjadi peningkatan produksi, namun juga peningkatan konsumsi beras organik. Berdasarkan pertimbangan bahwa konsumen beras organik di Kabupaten Karanganyar masih dinilai rendah maka diambil sampel sebanyak 60 responden, dengan lokasi pengambilan sampel penelitian dilakukan di pasar modern dan agen beras organik di Kabupaten Karanganyar. Analisis WTP menggunakan pendekatan *contingent valuation method* (CVM) sedangkan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi dan analisis faktor yang paling berpengaruh terhadap nilai WTP menggunakan analisis regresi liner berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata kesediaan membayar beras organik di Kabupaten Karanganyar adalah sebesar Rp 15.367,- per kilogram. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai WTP adalah pendapatan, kepercayaan, kesadaran kesehatan, faktor usia dan kesadaran lingkungan. Faktor yang paling berpengaruh terhadap nilai WTP adalah pendapatan.

Kata kunci : *Beras Organik, CVM, WTP*

PENDAHULUAN

Kesadaran masyarakat untuk hidup sehat mulai meningkat. Masyarakat mulai sadar akan pentingnya menjaga kesehatan dengan cara mengatur pola makan sehingga lebih selektif dalam memilih makanan yang dikonsumsi. Meningkatnya kepedulian akan pentingnya kesehatan dan dampak produksi pangan terhadap pilihan makanan,

lingkungan dan konsumen telah banyak pula didokumentasikan dengan baik dalam literatur (Gil *et al.*, 2000).

Salah satu jenis pangan yang dinilai berkualitas dan memiliki persepsi kesehatan oleh masyarakat adalah makanan organik. Oleh karena itu produksi dan konsumsi bahan makanan organik kini mulai tumbuh beberapa tahun terakhir. Tumbuhnya permintaan akan makanan organik merupakan hasil dari meningkatnya kesadaran lingkungan hidup dan kesadaran keamanan pangan (Hsu *et al.*, 2014).

Selain itu bahan makanan organik juga memiliki makna bagi konsumen sebagai makanan yang tidak mengandung pestisida, nutrisi dan antioksidannya lebih tinggi, rasanya lebih enak, mendukung pertanian yang berkelanjutan dan aman bagi binatang (McElroy, 2008). Beberapa produk-produk pertanian organik di Indonesia adalah sayuran, beras, buah-buahan, rempah-rempah, kopi dan teh (Agustina, 2011). Salah satu produk organik yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat lokal Indonesia adalah beras (Slamet *et al.*, 2016). Beras organik dapat dikatakan sebagai beras eksklusif, artinya beras organik tidak dijual di sembarang tempat, melainkan perlu cara pemasaran khusus. Beras organik dikemas dalam kantung atau karung plastik berlabel beras organik dan dijual dengan harga relatif lebih tinggi dibanding beras biasa (Andoko, 2002).

Mahalnya beras organik disebabkan karena di dalam benak konsumen, produk organik lebih baik dan lebih sehat dibandingkan produk pertanian konvensional (Widodo dan Rahayu, 2016). Biaya produksi yang tinggi terutama biaya tenaga kerja dan sulitnya pergeseran dari pertanian konvensional ke organik atau sertifikasi juga dapat meningkatkan harga beras organik (Gil *et al.*, 2000). Selain itu pasokan makanan organik terbatas dibandingkan dengan permintaannya, penanganan pasca panen, pemasaran dan rantai distribusi produk organik relatif tidak efisien dan biayanya lebih tinggi karena volumenya relatif kecil (Soemarno, 2013).

Pada tahun 2017 ditetapkan harga eceran tertinggi (HET) untuk jenis beras medium dan premium. Pemerintah telah menetapkan HET beras untuk wilayah Jawa, Lampung dan Sumatera Selatan, beras medium Rp 9.450 per kilogram dan premium Rp 12.800 per kilogram. HET merupakan upaya pemerintah mengontrol harga beras sesuai daya beli konsumen (Julianto, 2017). Namun, semua jenis beras khusus tidak terikat HET dan peredarannya harus mendapatkan izin dari pemerintah (Reily, 2017). Beras jenis organik termasuk ke dalam beras khusus dan tidak dikenai aturan HET yang ditetapkan pemerintah, sehingga tidak memiliki batas harga maksimum penjualan. Sehingga perlu dilakukan survei untuk mengetahui seberapa besar kesediaan konsumen membayar atau *willingness to pay* (WTP) untuk mendapatkan produk beras organik.

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah ada, harga selalu menjadi salah satu faktor yang paling dipertimbangkan konsumen sebelum membeli produk organik. Hal tersebut dibuktikan oleh Subroto (2008) yang menyebutkan bahwa tingginya harga beras organik menjadi salah satu alasan konsumen belum bersedia membeli beras organik karena harga yang ditawarkan pasar tersebut lebih tinggi dari kesediaan membayar konsumen. Pada penelitiannya Rodriguez *et al.* (2008) juga menyimpulkan bahwa konsumen akan meningkatkan konsumsi produk organik jika harga yang ditawarkan lebih terjangkau.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai WTP adalah karakter sosio ekonomi konsumen dan gaya hidup konsumen (Rodiger *et al.*, 2016). Pada penelitiannya,

Suwanda (2012) menemukan bahwa faktor-faktor jenis kelamin, usia, status pernikahan, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan, pekerjaan dan pendapatan berpengaruh terhadap nilai WTP. Faktor sikap meliputi kepercayaan terhadap klaim organik, perhatian terhadap kesehatan dan lingkungan serta persepsi terhadap atribut produk juga dapat mempengaruhi nilai WTP (Priambodo *et al.*, 2014).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperkirakan nilai kesediaan konsumen untuk membayar beras organik, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tersebut, serta menganalisis faktor apakah yang paling berpengaruh. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Karanganyar sebagai salah satu lokasi yang memproduksi beras organik, sehingga diharapkan tidak hanya terjadi peningkatan produksi namun juga peningkatan konsumsi. Metode yang digunakan adalah metode contingent valuation method (CVM) untuk menaksir nilai WTP dan analisis regresi untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi dan menentukan faktor yang paling berpengaruh terhadap nilai WTP.

METODE PENELITIAN

Metode dasar penelitian adalah analisis deskriptif analitik. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive*, yaitu Kabupaten Karanganyar. Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu daerah yang sedang gencar melakukan sistem tanam pertanian organik, sehingga diharapkan di kabupaten Karanganyar tidak hanya terjadi peningkatan produksi namun juga peningkatan konsumsi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari dan Maret 2018, dengan lokasi pengambilan sampel di pasar modern Giant dan Luwes serta agen beras organik di Kabupaten Karanganyar. Lokasi tersebut dipilih dengan mempertimbangkan bahwa beras organik merupakan beras eksklusif sehingga hanya dipasarkan pada pasar modern atau agen khusus beras organik.

Metode penarikan sampel yang digunakan adalah teknik sampling insidental, dimana sampel dipilih berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui tersebut cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011). Kriteria sampel pada penelitian ini adalah merupakan konsumen beras organik sehingga diharapkan telah memiliki pengetahuan yang cukup mengenai produk beras organik dan dapat memberikan jawaban yang tidak bias, dengan usia minimal 18 tahun sehingga telah dapat mengambil keputusan sendiri.

Champion (1981) mengatakan bahwa sebagian besar uji statistik selalu menyertakan rekomendasi ukuran sampel. Uji-uji statistik yang ada akan efektif jika diterapkan pada sampel yang jumlahnya 30 sampai dengan 60 atau dari 120 sampai dengan 250. Berdasarkan pertimbangan bahwa total jumlah populasi konsumen beras organik di Kabupaten Karanganyar belum diketahui dan dinilai masih rendah serta karena dilakukannya uji statistik analisis regresi pada penelitian ini, maka diambil sampel sebanyak 60 responden.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Metode analisis data yang digunakan untuk menaksir nilai WTP yaitu pendekatan CVM dengan menanyakan secara langsung kepada konsumen beras organik mengenai berapa besarnya nilai maksimum yang bersedia dibayarkan untuk beras organik. Adapun tahapan CVM yang dilakukan berdasarkan Fauzi (2010) adalah 1) Membuat hipotesis

pasar, 2) Mendapatkan nilai lelang (*Bids*), 3) Menghitung rata-rata WTP, 4) Memperkirakan kurva lelang (*Bid Curve*), 5) Mengagregatkan data.

Metode analisis data selanjutnya adalah analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi WTP dan menentukan faktor yang paling berpengaruh. Variabel bebas yang digunakan adalah usia (X1), pendapatan (X2), jumlah anggota keluarga (X3), atribut beras organik (X4), kepercayaan terhadap klaim organik (X5), kelangkaan (X6), jenis kelamin (D1), kesadaran kesehatan (D2) dan kesadaran lingkungan (D3) dengan nilai WTP beras organik di Kabupaten Karanganyar sebagai variabel terikat. Persamaan model regresi linier berganda yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

$$WTP = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 D_1 + b_8 D_2 + b_9 D_3 + e$$

Beberapa pengujian yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji determinasi, uji serentak (uji F) dan uji parsial (uji t). Kemudian guna mengetahui variabel bebas mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat maka dilakukan uji *Standardized Coefficient Beta*. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *Standardized Coefficient Beta* variabel bebas. Variabel dengan nilai *Standardized Coefficient Beta* paling besar merupakan variabel dominan (Koslowsky, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian dan Karakteristik Responden

Beras organik dihasilkan dari padi jenis lokal (non transgenik), dibudidayakan tanpa pestisida, menggunakan pupuk organik, menggunakan air yang tidak tercemar dan diproses tanpa poles (tanpa bahan pengawet) serta pewarna. Apabila dibandingkan dengan beras non organik, beras organik memiliki beberapa kelebihan di antaranya adalah saat dimasak beras organik teras lebih pulen, nasi tidak cepat basi dan tahan hingga 24 jam serta volume lebih banyak dibandingkan dengan beras non organik. Ada beberapa jenis beras organik yang beredar secara meluas yaitu beras organik putih, merah dan hitam. Kemudian untuk jenis beras organik putih sendiri yang banyak beredar di Kabupaten Karanganyar adalah IR64, menthik wangi dan menthik susu yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Beras Organik di Kabupaten Karanganyar Tahun 2015

Kecamatan	Jenis Beras (ton)					IR	Jumlah
	Hitam	Merah	Coklat	Menthik susu	Menthik Wangi		
Karangpandan	52	35	18	40	31	244	420
Matesih	45	38	13	28	23	105	252
Mojogedang	570	270	80	270	270	1795	3255
Jenawi	25	15	5	18	18	381	462
Kerjo	9	9	0	18	18	471	525
Total	1393	725	232	730	702	5521	9303

Sumber : Dinas Pertanian Unit Tanaman Pangan dan Hortikultura Karanganyar, 2017

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa produksi beras organik paling tinggi di Kabupaten Karanganyar adalah beras organik putih varietas IR dan kedua adalah beras hitam. Harga beras organik yang dipasarkan di agen-agen beras organik dan di pasar modern juga memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Harga beras organik

yang dipasarkan di agen-agen beras organik untuk varietas IR 64 adalah sebesar RP 13.000,- dan untuk varietas menthik wangi sebesar Rp 15.000,- sedangkan harga beras organik yang dipasarkan di pasar modern lebih tinggi lagi yaitu bisa mencapai Rp 36.000,- per kilonya. Hal tersebut bisa disebabkan karena beras organik yang dipasarkan di pasar modern memiliki *packaging* yang lebih aman dan menarik, selain itu juga dikarenakan rantai pemasaran yang lebih panjang.

Responden didominasi oleh konsumen perempuan, kelompok usia 17 – 25 tahun, latar belakang pendidikan Strata 1, sudah menikah, memiliki jumlah anggota keluarga empat orang, berprofesi sebagai pegawai swasta dan memiliki pendapatan sebesar Rp 2.000.000,- sampai dengan Rp 3.000.000,- per bulan. Mayoritas responden mengonsumsi beras organik dengan alasan baik untuk kesehatan. Frekuensi responden dalam mengonsumsi beras organik adalah sekedar pernah mengonsumsi

Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Beras Organik

Harga beras organik varietas IR 64 yang dijual di agen-agen beras organik adalah sebesar Rp 13.000,-. Berdasarkan hasil survey dari 60 responden konsumen beras organik yang dilakukan, didapatkan bahwa sebanyak 47 responden (78,33%) bersedia membayar beras organik dengan harga lebih dari sama dengan Rp 13.000,-. Responden-responden tersebut bersedia untuk membayar dengan harga premium ini karena memiliki beberapa alasan. Pertama hal tersebut didasarkan pada pengetahuan dan keyakinan bahwa beras organik lebih mendatangkan manfaat, baik manfaat tersebut *tangible* maupun *intangibile*. Kedua responden tertarik untuk mencoba beras organik dimana beras organik merupakan inovasi dari beras konvensional. Selanjutnya responden merasa bahwa rasa beras organik lebih enak dibandingkan dengan beras konvensional dan yang terakhir responden juga memiliki kepercayaan bahwa beras organik yang beredar tersebut memang telah benar-benar dibudidayakan secara organik sehingga lebih aman untuk dikonsumsi dibandingkan dengan beras konvensional.

Kemudian sisanya sebanyak 13 responden (21,67%) tidak bersedia membayar lebih dari atau sama dengan Rp 13.000,- dan memilih harga lebih rendah. Hal tersebut bukan hanya dikarenakan responden belum memahami perbedaan beras organik dan beras konvensional, namun dikarenakan responden masih merasa keberatan untuk memberikan harga yang jauh berbeda dengan harga beras konvensional. Sebagian responden mengemukakan bahwa beras organik merupakan beras yang dibudidayakan menggunakan input dari alam dan tidak menggunakan masukan bahan kimia yang cenderung harganya mahal, sehingga responden berpendapat bahwa harga dari beras organik seharusnya lebih murah dari beras konvensional atau memiliki harga yang sama.

Analisis kesiediaan membayar (*Willingness to Pay*) beras organik di Kabupaten Karanganyar pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan CVM (*Contingent Valuation Method*). Menurut Fauzi (2010) ada lima langkah dalam pendekatan CVM. Berdasarkan langkah-langkah tersebut, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pasar Hipotesis

Pasar hipotesis dibentuk atas dasar isu kesehatan dan lingkungan. Teknik pembentukan pasar hipotesis adalah dengan cara meminta responden untuk mendengarkan suatu pernyataan dimana beras organik merupakan makanan pokok yang aman bagi tubuh dan baik untuk kesehatan karena bebas dari masukan bahan

kimia serta memiliki dampak positif untuk lingkungan. Setelah informasi diberikan responden diberikan pertanyaan, apakah responden bersedia membayar dengan asumsi harga premium (di atas harga beras konvensional) terhadap produk beras organik per satu kilogramnya. Hasilnya diperoleh 47 responden (78,33%) menyatakan bersedia untuk membayar dengan asumsi harga premium, dan sisanya 13 responden (21,67%) memilih untuk membayar di bawah harga premium.

2. Nilai Lelang (*Bids*)

Tahap ini dilakukan untuk memperoleh nilai maksimum yang mampu dibayar konsumen dalam membeli beras organik. Metode yang dilakukan adalah menggunakan metode lelang (*bidding game*), dimana responden diberi pertanyaan secara berulang-ulang tentang keinginan membayar sejumlah tertentu sampai mendapatkan nilai maksimum yang ingin dibayarkan untuk mendapatkan manfaat kesehatan dan kelestarian lingkungan. Guna menghindari nilai yang bias, diinformasikan pula kepada responden tentang harga beras konvensional di pasaran sehingga dapat mempertimbangkan harga beras organik. Nilai awal (*starting point*) yang digunakan adalah Rp 15.000,-. Sebaran nilai kesediaan membayar atau WTP pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai WTP dan Frekuensinya

Nilai WTP (Rp)	Frekuensi (Orang)	Jumlah WTP (Rp)	Prosentase
10.000	3	30.000	5
11.000	1	11.000	1,67
11.500	2	23.000	3,30
12.000	7	84.000	11,67
12.500	1	12.500	1,67
13.000	1	13.000	1,67
14.000	1	14.000	1,67
15.000	31	465.000	51,67
17.000	5	85.000	8,33
17.500	1	17.500	1,67
18.000	1	18.000	1,67
19.000	1	19.000	1,67
20.000	4	80.000	6,67
50.000	1	50.000	1,67
Total	60	922.000	100
Rata-Rata Nilai WTP		15.367	

Sumber : *Analisis Data Primer, 2018*

Berdasarkan Tabel 2. dapat diketahui nilai WTP yang paling banyak dipilih oleh responden dalam penelitian ini adalah Rp 15.000,- per kilogram yaitu 51,67% dari responden dimana harga ini senilai dengan *starting point*. Nilai terendah yang bersedia dibayarkan oleh responden konsumen beras organik adalah Rp 10.000,- per kilogram dikarenakan responden berpendapat bahwa harga beras organik seharusnya sama atau bahkan lebih murah dibandingkan dengan harga beras konvensional karena menggunakan input dari alam. Kemudian didapatkan nilai tertinggi WTP responden adalah Rp 50.000,- karena responden memiliki daya beli yang tinggi, menilai tinggi

manfaat dari beras organik, puas dengan atribut beras organik dan biasa membeli beras organik di pasar modern

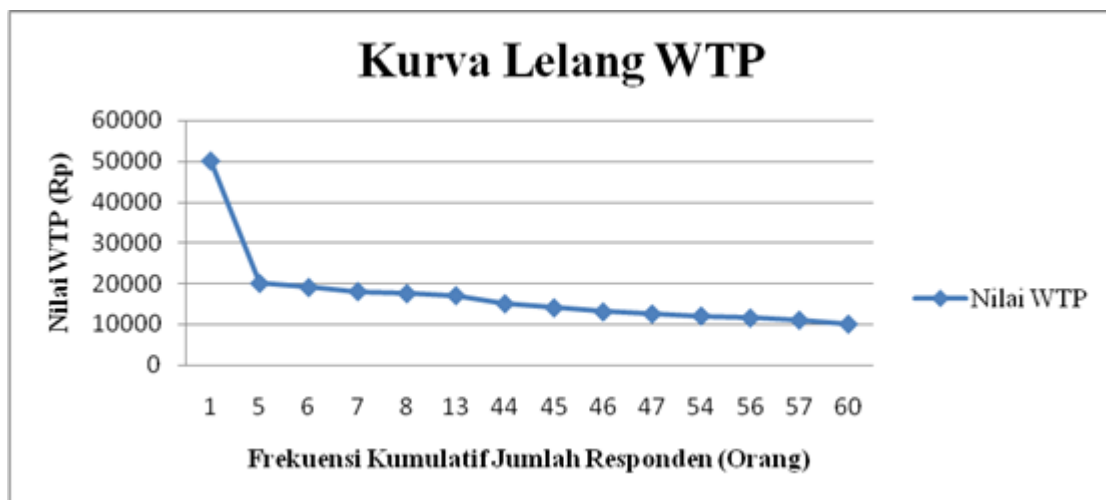
3. Nilai Rataan WTP

Nilai ini dihitung berdasarkan nilai lelang (*bid*) yang yang diperoleh pada tahap kedua. Perhitungan ini didasarkan pada nilai *mean*. Pada hasil penelitian, diperoleh hasil rataan WTP responden terhadap beras organik yakni sebesar Rp 15.367,- per kilogram. Nilai rataan ini lebih tinggi dari harga produk beras organik IR di pasaran Kabupaten Karanganyar yakni senilai Rp 13.000,- per kilogram, sehingga hal ini dapat menjadi surplus konsumen sebesar Rp 2.367,- per kilogram.

4. Kurva Lelang (*Bid Curve*)

Kurva lelang dibentuk menggunakan hubungan nilai WTP yang dipilih oleh responden dengan frekuensi kumulatif dari individu yang memilih suatu nilai WTP tersebut. Asumsinya adalah individu yang bersedia membayar suatu nilai tertentu (tinggi) sudah pasti bersedia membayar nilai WTP yang berada di bawahnya. Kurva lelang dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1. menunjukkan hubungan antara tingkat WTP responden dengan jumlah responden yang bersedia membayar pada tingkat WTP tersebut adalah berbanding terbalik. Nampak bahwa semakin tinggi tingkat WTP beras organik, maka lebih sedikit jumlah responden yang bersedia untuk membayarnya. Hal tersebut sesuai dengan hukum permintaan bahwa harga berbanding terbalik dengan jumlah yang diminta, semakin tinggi harga maka semakin sedikit jumlah barang yang diminta.



Gambar 1. Kurva Lelang WTP Beras Organik

5. Agregat Data (Total WTP)

Tahap terakhir dalam teknik CVM adalah mengagregatkan data rataan lelang yang diperoleh pada tahap ketiga. Proses ini melibatkan konversi data rataan sampel ke rataan populasi secara keseluruhan. Cara konversi yang dilakukan adalah dengan mengalikan rataan sampel dengan jumlah responden. Diketahui hasil rataan (*mean*) adalah Rp 15.367,-, kemudia rataan dikalikan 60 responden sehingga menghasilkan total WTP sebesar Rp 922.020,-.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Beras Organik

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai WTP beras organik dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Variabel terikatnya yaitu nilai kesiediaan membayar beras organik di Kabupaten Karanganyar. Variabel bebas yang diduga berpengaruh terhadap variabel terikat atau WTP yaitu usia (X1), pendapatan (X2), jumlah keluarga (X3), atribut (X4), kepercayaan (X5), kelangkaan (X6), jenis kelamin (D1), kesadaran kesehatan (D2) dan kesadaran lingkungan (D3).

Berdasarkan hasil uji determinasi yang ditampilkan pada Tabel 3. ditemukan R^2 sebesar 0,701 yang artinya 70,1% variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas. Selanjutnya berdasarkan hasil uji F yang ditampilkan pada Tabel 3. diketahui bahwa nilai signifikansi model yang dihasilkan adalah $0,000 < \alpha = 0,05$. Artinya semua variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap variabel terikat yaitu WTP beras organik di Kabupaten Karanganyar.

Tabel 3. Hasil Uji R^2 dan Uji F

Model	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	F	Sig.
1.	.701	.647	13.007	.000

Sumber : *Analisis Data Primer, 2018*

Hubungan antara variabel-variabel bebas terhadap WTP beras organik di Kabupaten Karanganyar dapat dilihat melalui persamaan regresi linier berganda berdasarkan Tabel 4. sebagai berikut:

$$WTP = 1,277 - 0,024X1 + 0,313X2 - 0,046X3 - 0,031X4 + 0,172X5 + 0,093X6 - 0,027D1 + 0,723D2 - 0,600D3 + e$$

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (t)

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	<i>Std. Error</i>	Beta		
1 (Constant)	1.277	.494		2.584	.013
X1	-.024*	.005	-.416	-4.419	.000
X2	.313*	.040	.646	7.877	.000
X3	-.046	.048	-.088	-.965	.339
X4	-.031	.055	-.047	-.557	.580
X5	.172*	.058	.287	2.984	.004
X6	.093	.060	.130	1.556	.126
D1	-.027	.135	-.017	-.200	.842
D2	.723*	.271	.279	2.671	.010
D3	-.600*	.228	-.299	-2.637	.011

Sumber : *Analisis Data Primer, 2018*

* Signifikan dengan $\alpha = 0.05$

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa variabel yang mempengaruhi nilai WTP secara nyata adalah usia (X1), pendapatan (X2), kepercayaan terhadap klaim organik (X5), kesadaran kesehatan (D2) dan kesadaran lingkungan (D3). Variabel yang tidak berpengaruh nyata terhadap nilai WTP adalah jumlah keluarga (X3), atribut beras organik (X4), kelangkaan (X6) dan jenis kelamin (D1).

Variabel usia memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ artinya variabel usia secara parsial berpengaruh nyata terhadap nilai WTP beras organik. Nilai koefisien regresi usia adalah sebesar $-0,024$ sehingga semakin muda usia responden maka semakin tinggi nilai WTP yang akan diberikan. Hamzaoui dan Zahaf (2012) dalam penelitiannya mengenai profil dan kesediaan membayar makanan organik di Kanada juga menemukan bahwa konsumen dengan usia yang lebih muda cenderung menunjukkan kesediaan membayar dengan nilai yang lebih tinggi. Hal tersebut dapat disebabkan responden pada usia muda cenderung tidak memiliki beban tanggungan keluarga dan sifat konsumtif masih tinggi sehingga tidak keberatan untuk memberikan nilai kesediaan membayar yang tinggi.

Variabel pendapatan memiliki nilai signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$ artinya variabel pendapatan secara parsial berpengaruh nyata terhadap nilai WTP beras organik. Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa nilai koefisien regresi sebesar $0,313$ artinya setiap meningkatnya nilai kategori pendapatan akan menaikkan nilai kesediaan membayar beras organik sebesar Rp $0,313$ per kilogram. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan Fathia *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar beras organik di Kota Bogor. Secara teoritis hal ini juga sesuai, karena menurut Suwarman (2015) semakin tinggi pendapatan konsumen, semakin tinggi pula daya belinya. Daya beli menggambarkan banyaknya produk dan jasa yang bisa dibeli dan dikonsumsi oleh seorang konsumen dan seluruh anggota keluarganya.

Pada penelitian ini, jumlah keluarga memiliki nilai signifikansi sebesar $0,339 > \alpha = 0,05$ artinya variabel jumlah keluarga secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap nilai WTP beras organik. Mayoritas responden memiliki jumlah anggota keluarga kecil yaitu empat orang. Meskipun demikian, jumlah anggota keluarga yang sedikit tersebut tidak menjamin konsumen untuk bersedia membayar beras organik dengan harga lebih tinggi. Tidak selalu pula konsumen yang memiliki jumlah anggota keluarga lebih banyak tidak bersedia membayar beras organik dengan harga lebih tinggi. Hal tersebut dapat disebabkan karena perbedaan daya beli dan pemahaman konsumen terhadap nilai-nilai beras organik. Hal tersebut senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2017) yang menyatakan bahwa jumlah keluarga secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap kesediaan membayar daging sapi kemasan di Kota Medan

Berdasarkan Tabel 4. variabel atribut memiliki nilai signifikansi sebesar $0,580 > \alpha = 0,05$ artinya variabel atribut beras organik secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap nilai WTP beras organik. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fathia *et al.* (2018) dimana variabel sikap konsumen terhadap atribut beras organik secara parsial juga tidak berpengaruh nyata terhadap kesediaan membayar beras organik di Kota Bogor. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa ketertarikan konsumen terhadap beras organik adalah pada manfaat beras organik, informasi pada kemasan dan kemasan beras organik.

Variabel kepercayaan terhadap klaim beras organik memiliki nilai signifikansi sebesar $0,004 < \alpha = 0,05$ artinya variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh nyata terhadap nilai WTP beras organik. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan sebesar $0,172$ yang artinya setiap terjadi peningkatan satu nilai kepercayaan konsumen maka kesediaan membayar konsumen terhadap beras organik akan meningkat sebesar Rp

0,172 per kilogram. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Krystallis dan Chryssohoidis (2005) yang menyebutkan bahwa dua faktor terpenting dalam penentuan WTP beberapa produk organik di Yunani adalah kualitas dan keamanan, serta kepercayaan. Konsumen bersedia untuk membayar lebih produk organik karena mereka merasa produk tersebut memiliki kualitas yang lebih tinggi, makanan yang lebih aman yang dapat lebih mereka percayai daripada produk konvensional.

Variabel kelangkaan pada penelitian ini digunakan untuk menilai tingkat kemudahan konsumen dalam mendapatkan beras organik. Berdasarkan Tabel 4. diketahui nilai signifikansi variabel kelangkaan yaitu $0,126 > \alpha = 0,05$ artinya variabel kelangkaan secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap nilai WTP beras organik. Rodriguez *et al.* (2008) dalam penelitiannya memperoleh hasil bahwa ketersediaan produk organik berpengaruh terhadap terhadap nilai kesediaan membayar produk organik. Apabila produk organik tersedia di toko, maka konsumen akan bersedia untuk membayar lebih tinggi. Sehingga teori kelangkaan tidak berlaku pada produk organik meskipun produk organik tidak dapat ditemukan di sembarang tempat atau masih sulit ditemukan.

Berdasarkan nilai signifikansi, variabel jenis kelamin secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap nilai WTP beras organik karena $0,842 > \alpha = 0,05$. Berdasarkan karakteristiknya hanya sedikit responden perempuan yang tidak bekerja, artinya banyak responden perempuan yang bekerja di luar rumah sehingga memiliki pendapatan sendiri. Oleh karena itu jenis kelamin baik perempuan atau laki-laki tidak memiliki perbedaan atau sama-sama dapat bebas melakukan keputusan pembelian karena memiliki sumber pendapatan masing-masing. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan Suwanda (2012) bahwa variabel jenis kelamin secara parsial tidak berpengaruh secara nyata terhadap kesediaan membayar beras analog di Botani Square, Bogor.

Variabel kesadaran kesehatan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,010 < \alpha = 0,05$ artinya variabel kesadaran kesehatan secara parsial berpengaruh nyata terhadap nilai WTP beras organik, Koefisien regresi kesadaran kesehatan bernilai positif sebesar 0,723, ini menunjukkan bahwa apabila konsumen telah sadar akan manfaat kesehatan beras organik maka nilai kesediaan membayar akan naik sebesar Rp 0,723 per kilogram. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukannya Aryal *et al.* (2009) menyebutkan bahwa meskipun harga produk organik lebih tinggi konsumen bersedia untuk tetap membeli dengan mempertimbangkan resiko produk organik lebih rendah untuk kesehatan mereka. Sandalidou *et al.* (2002) juga menyebutkan bahwa kesehatan adalah alasan utama pembelian produk organik, diikuti oleh karakteristik kualitas seperti rasa, warna dan aroma. Kemudian Bryla (2016) menemukan bahwa motif utama masyarakat Polandia mengonsumsi produk organik antara lain kesehatan, ekologi produk, keamanan pangan, rasa dan jaminan kualitas.

Nilai signifikansi variabel kesadaran lingkungan adalah $0,011 < \alpha = 0,05$ artinya variabel kesadaran kesehatan secara parsial berpengaruh nyata terhadap nilai WTP beras organik. Koefisien regresi kesadaran lingkungan bernilai negatif sebesar 0,600 yang artinya apabila konsumen sadar akan manfaat lingkungan dari budidaya beras organik justru akan menurunkan nilai kesediaan membayar konsumen sebesar Rp 0,600 per kilogram. Hal tersebut dikarenakan konsumen melihat bahwa beras organik dibudidayakan menggunakan input yang berasal dari alam dan menghasilkan limbah

yang dapat didaur ulang untuk digunakan kembali sebagai input. Oleh karena itu budidaya organik lebih menguntungkan karena biaya produksi yang lebih rendah dibandingkan produk konvensional, sehingga seharusnya harga produk organik dapat lebih murah atau minimal sama dengan produk konvensional.

Lim *et al.* (2013) menyatakan bahwa meskipun *green products* telah dikenal luas sebagai produk yang ramah lingkungan, kenyataannya adopsi, pembelian dan konsumsi *green products* masih mengecewakan. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pemahaman terhadap *green products* dan kelestarian lingkungan, ketidakpedulian dan tidak tersampainya nilai dari *green products*. Banyak konsumen mengabaikan masalah lingkungan dan enggan mempertimbangkan upaya untuk memperbaiki kondisi lingkungan.

Faktor yang Paling Mempengaruhi Nilai Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Beras Organik

Pengujian terhadap pengaruh dominan dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan dengan melihat besarnya nilai *standardized coefficients* beta dari model regresi yang terbentuk. Merujuk pada Tabel 4. dimana nilai *standardized coefficients* beta variabel pendapatan adalah yang paling besar yaitu 0,646 dibandingkan dengan keempat variabel lainnya, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap nilai WTP beras organik. Salah satu alasannya adalah karena harga merupakan salah satu hambatan dalam mengonsumsi beras organik (Subroto, 2008).

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil nilai rata-rata kesiediaan membayar beras organik di Kabupaten Karanganyar adalah sebesar Rp 15.367,- per kilogram. Nilai rata-rata ini lebih tinggi dari harga produk beras organik IR di pasaran Kabupaten Karanganyar yakni senilai Rp 13.000,- per kilogram. Faktor-faktor yang secara signifikan positif mempengaruhi nilai WTP adalah pendapatan, kepercayaan, kesadaran kesehatan, sedangkan faktor usia dan kesadaran lingkungan berpengaruh signifikan negatif. Kemudian faktor-faktor lain seperti jumlah keluarga, persepsi terhadap atribut, kelangkaan dan jenis kelamin tidak berpengaruh nyata terhadap nilai kesiediaan membayar beras organik. Faktor yang paling mempengaruhi nilai kesiediaan membayar beras organik di Kabupaten Karanganyar adalah pendapatan.

Berdasarkan nilai rata-rata WTP pada penelitian ini, maka produsen beras organik dapat mempertahankan harga beras organik saat ini karena telah berada di bawah nilai kesiediaan membayar konsumen. Salah satu faktor yang berpengaruh positif terhadap beras organik adalah kesadaran kesehatan, sehingga promosi dapat lebih ditekankan terhadap manfaat kesehatan beras organik misalnya adalah dinas kesehatan melakukan kampanye makan makanan sehat ke puskesmas atau posyandu. Faktor yang paling mempengaruhi nilai kesiediaan membayar beras organik adalah pendapatan dan hambatan utama dalam mengonsumsi beras organik adalah harga sehingga promosi beras organik dapat difokuskan kepada masyarakat menengah ke atas yang memiliki pendapatan tetap seperti pegawai atau PNS dengan melakukan promosi beras organik ke instansi pemerintah dan menawarkan sistem order-antar.

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah atas rahmat Allah SWT saya bisa menyelesaikan penulisan artikel ini. Terimakasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan pula kepada kedua orang tua, Dekan, Kepala Program Studi Agribisnis UNS, Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji serta kepada seluruh sahabat dan setiap pihak yang telah banyak memberikan motivasi, arahan serta doa agar penulis dapat menyelesaikan artikel ini dengan sebaik-baiknya

DAFTAR PUSTAKA

- Gil, J. M., Gracia, A., Sanchez, M.. 2000. Market Segmentation and Willingness to Pay for Organic Products in Spain. *International Food and Agribusiness Management Review* 3 (2): 207-226.
- Hsu, C. L., dan Chen, M. C. 2014. Explaining consumer attitudes and purchase intentions toward organic food: Contributions from regulatory fit and consumer characteristics. *Food Quality and Preference* 35 : 6-13.
- McElroy, Brian. 2008. Global Statistic of the Organic Market. www.ifoam.bio. Diakses pada tanggal 19 September 2017.
- Agustina, T. 2011. Analisis Perilaku Konsumen Beras Organik di Kabupaten Jember. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 5 (3) : 15-21.
- Andoko, A. 2002. *Budidaya Padi Secara Organik*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Slamet, A. S., Nakayasu, A. dan Bai, H. 2016. The Determinants of Organic Vegetable Purchasing in Jabodetabek Region, Indonesia. *Journal Foods* 5 (85) : 1-18.
- Widodo, K.D.R. dan Rahayu, L. 2016. Minat Konsumen Terhadap Beras Organik di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah. *Jurnal Agraris* 2 (2) : 134-142.
- Soemarno. 2013. Pertanian Organik. marno.lecture.ub.ac.id. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2017.
- Reily, Michael. 2017. Beras Khusus Bebas HET, Pemerintah Segera Sosialisasikan Syaratnya. www.katadata.co.id. Diakses pada tanggal 2 Oktober 2017.
- Julianto, P. A. 2017. HET Beras Berlaku, Kementan Pastikan Harga Beras Turun. www.ekonomi.kompas.com. Diakses pada tanggal 2 Oktober 2017.
- Rodriguez, E. M., Lacaze, V. dan Lupin, B. 2008. Contingent Valuation of Consumers Willingness to Pay for Organic Food in Argentina. *Contributed Paper at Congress of the European Association of Agricultural Economists*.
- Subroto, M. A. 2008. *Real Food True Healthy*. PT. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Suwanda, A. D.. 2012. Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Beras Analog di Serambi Botani, Botani Square, Bogor. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Rodiger, M., Sabine, P., Ulrich, H. 2016. Organic Consumers Price Knowledge, Willingness to Pay and Purchase Decision. *British Food Journal* 118 (11) : 2732-2743.
- Priambodo, L.H. dan Najib, M. 2014. Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Sayuran Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Manajemen dan Organisasi* 5 (1): 1-14.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Alfabeta. Bandung.

- Champion, D.J. 1981. *Basic Statistic for Social Research*. Macmillan Publisher. New York.
- Fauzi, A. 2010. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Teori dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Koslowsky, S. 2018. On Variable Importance in Logistic Regression. www.predictiveanalyticsworld.com. Diakses pada tanggal 10 Januari 2019.
- Hamzaoui, L. dan Zahaf, M. 2012. Canadian Organic Food Consumers Profile and Their Willingness to Pay Premium Prices. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing* 24 (1) : 1-21.
- Fathia, Q.N., Nurmalina, R. dan Simanjuntak, M. 2018. Consumers Attitude and Willingness to Pay for Organic Rice. *Journal of Business and Entrepreneurship* 4 (1) : 11-21.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Ramadhani, P.A. 2017. Analisis Preferensi dan Willingness to Pay Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Kota Medan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Krystallis, A. dan Chrsohoidis, G. 2005. Consumers willingness to Pay for Organic Food Factors that affect it and variation per Organic Product Type. *British Food Journal* 107 (5) : 320-343.
- Sandalidou, E. Baourkis, G. dan Siskos, Y. Customers Perspectives on the quality of Organic olive oil in Greece : A Satisfaction Evaluation Approach. *British Food Journal* 104 (3/4/5) : 391 – 406.
- Bryla, P. 2016. Organic Food Consumption in Poland ; Motives and Barriers. *Appetite Journal* 105 : 737-746.
- Aryal, K. P., Chaudhary, P., Pandit, S., dan Sharma, G.. 2009. Consumers Willingness to Pay for Organic Products : A Case from Kathmandu Valley. *The Journal of Agriculture and Environment* 10 (6) : 12-22.
- Lim, W. M., Ting, D.H., Ng, W.K., Chin, J.H., dan Boo, W.A. 2013. Why Green Products Remain Unfavorable Despite Being Labelled Environmentally Friendly? *Contemporary Management Research* 9 (1) : 35-46.