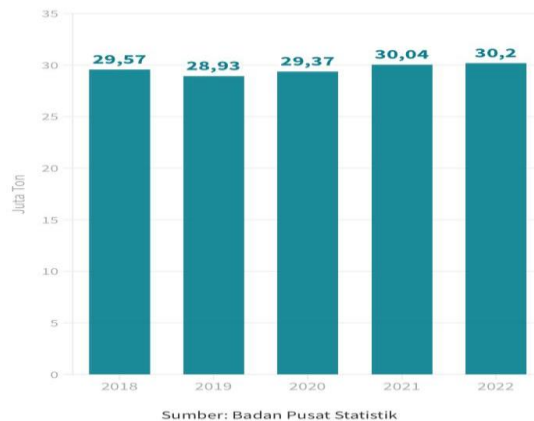


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki kekayaan hasil pertanian yang melimpah. Keberuntungannya terletak pada berkah kondisi alam yang mendukung, luasnya lahan pertanian, keanekaragaman hayati yang melimpah, dan iklim tropis yang memungkinkan tanaman tumbuh sepanjang tahun. Dengan kaya akan sumberdaya alam seperti ini, seharusnya Indonesia dapat menjadi negara yang sejahtera, mampu memenuhi kebutuhan pangan seluruh penduduknya. Kondisi ini memberikan kesempatan bagi banyak masyarakat Indonesia untuk terlibat dalam kegiatan pertanian. Adanya pergeseran pola konsumsi pangan di Indonesia menuju gaya hidup yang lebih ramah lingkungan semakin terlihat. Kesadaran akan risiko zat kimia telah membuat masyarakat lebih cermat dalam memilih produk pangan yang mereka konsumsi (Setung et al., 2021).



Gambar 1. Konsumsi Beras di Indonesia Tahun 2018-2022.

Konsumsi beras di Indonesia terpantau terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Hal itu tampaknya tak terpengaruh oleh harga beras yang juga terus melambung. Berdasarkan data (Badan Pusat Statistik), konsumsi beras di Indonesia sebanyak 30,2 juta ton pada 2022. Jumlah itu meningkat 0,5% dibandingkan pada tahun lalu yang sebanyak 30,04 juta ton.

Menurut data statistik organik Indonesia, Peningkatan jumlah luas lahan pertanian organik dari tahun 2016 ke 2017 sekitar 39,4 % dan peningkatan luas lahan pertanian organik di tahun 2017 dan 2018 sekitar 17,3 %. Menurut (Ditjenbun pertanian, 2022) total luas lahan penanaman tahun 2022 produk organik telah mencapai 261.400 hektare dan yang sudah tersertifikasi seluas 79.800 hektare. Tercatat bahwa produk organik terbesar yang diproduksi di Indonesia yaitu diposisi kedua adalah beras organik yang produksinya mencapai sekitar 12.276 ton.

Melihat trennya, konsumsi beras di dalam negeri sempat mengalami penurunan pada 2019. Kendati, jumlahnya berbalik meningkat sejak tahun 2020 hingga 2022. Sementara itu, produksi beras di Indonesia mengalami fluktuasi dalam lima tahun terakhir. Pada 2022, produksi beras mencatatkan kenaikan 0,59% menjadi 31,54 juta.

Sumatera Utara adalah provinsi dengan jumlah penduduk yang cukup besar, yaitu sekitar 14,8 juta jiwa. Provinsi ini juga memiliki letak yang strategis, yaitu di dekat Selat Malaka. Hal ini merupakan potensi yang dapat menguntungkan, karena dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Terkait dengan padi organik, Sumatera Utara menjadi salah satu sentra penghasil beras organik di Indonesia. Hal ini dikarenakan Sumatera Utara memiliki lahan yang cukup potensial untuk pertanian organik. Luas lahan sawah padi organik di Sumatera Utara adalah sekitar 200

hektar, yang tersebar di kurang lebih sepuluh kabupaten (Kementan, 2022). Salah satu kabupaten yang menjadi sentra penghasil beras organik di Sumatera Utara adalah Kabupaten Serdang Bedagai.

Kabupaten Serdang Bedagai khususnya di Desa Tanah Merah sendiri, pengelolaan pertanian secara organik sudah dilakukan beberapa bagian wilayah bahkan memiliki beras organik dengan kualitas unggul yang diberi nama “Beras Sehat” dari varietas beras mentik susu, merah, hitam, pandan wangi, halus wangi. Luas areal lahan sawah padi organik pada tahun 2021 mencapai 11.200 hektar dan pemerintah Kabupaten Serdang Bedagai sangat mendukung pengembangan padi secara organik.

Masyarakat Indonesia kini semakin sadar akan pentingnya konsumsi pangan yang baik bagi lingkungan dan kesehatan. Sebagian masyarakat mulai menerapkan prinsip "Back To Nature" dengan mengonsumsi pangan yang bebas bahan kimia dan ramah lingkungan (Preliana Dewi et al., 2023). Pertanian organik merupakan sebutan dari proses atau cara bertani yang lebih sehat dan aman tanpa campur tangan bahan kimia berbahaya. Mengonsumsi produk pangan organik bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok, tetapi juga melibatkan faktor-faktor lain seperti tingkat keamanan pangan (food safety attributes) dan nilai gizi (nutritional attributes) dari produk makanan yang akan dikonsumsi, serta memperhatikan aspek ramah lingkungan (eco-labelling attributes).

Kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi makanan yang sehat dan aman. Beras organik dibudidayakan tanpa menggunakan bahan kimia sintetis, seperti pestisida, herbisida, dan pupuk kimia. Hal ini membuat Beras organik lebih aman untuk dikonsumsi dan lebih baik bagi kesehatan.

Meskipun beras organik memiliki banyak manfaat seperti sangat direkomendasikan untuk orang yang sakit diabetes, cenderung memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan beras konvensional, selain harganya yang lebih mahal beras organik juga masih terbatas dan hanya tersedia di pasar-pasar modern, dengan konsumen di kelas tertentu yang cenderung memperhatikan kesehatan. Hal ini karena biaya produksi beras organik lebih tinggi. Namun, mengingat manfaat beras organik bagi kesehatan dan lingkungan, maka harganya yang lebih mahal sepadan dengan kualitasnya. Terdapat beberapa tantangan, namun prospek pengembangan beras organik di Indonesia sangat baik.

Menurut (Fajria, 2020). Gaya hidup yang mempromosikan kesehatan dan ramah lingkungan saat ini sedang populer. Masyarakat yang mengadopsi pola hidup sehat ini menuntut bahwa produk pertanian harus memenuhi standar keamanan konsumsi, kaya nutrisi, dan berwawasan lingkungan. Salah satu metode pertanian organik yang dapat menghasilkan makanan sehat dan kaya gizi adalah dengan menanam beras secara organik. Selain aspek kesehatan, beberapa konsumen tertarik pada produk organik karena faktor sosial seperti tren dan gaya hidup. Saat ini, mengadopsi konsumsi produk organik dianggap sebagai fenomena yang tengah berkembang di masyarakat, bukan hanya sebagai upaya menjaga kesehatan, tetapi juga sebagai simbol meningkatnya status sosial. Mengonsumsi produk organik dianggap sebagai indikator kemampuan membeli yang tinggi (Jenderal et al., 2021).

Nandi et al., (2017) menyatakan meningkatnya kepedulian konsumen terhadap keamanan dan kualitas makanan didorong oleh temuan-temuan pengamatan terbaru. Konsumen selalu mencari keamanan pangan dan bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk produk yang sehat dan bergizi. Hal ini

dikarenakan mereka meningkatkan tingkat utilitas mereka dengan mengurangi risiko kesehatan pada saat yang bersamaan. Namun, beberapa manfaat risiko kesehatan ini sangat sulit untuk dinilai. Metode yang umum digunakan untuk menentukan manfaat keamanan pangan adalah dengan memperkirakan kesediaan membayar untuk makanan yang lebih aman dan berkualitas.

Branding dan sertifikasi merupakan dua faktor penting yang dapat mempengaruhi *Willingness To Pay* konsumen untuk beras organik. Branding yang kuat dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk organik, sedangkan sertifikasi organik dapat memberikan jaminan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar organik yang ditetapkan. Pengaruh branding yang kuat dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk organik. Konsumen yang percaya pada suatu brand akan lebih cenderung untuk membeli produk tersebut, bahkan jika harganya lebih mahal. Hal ini karena konsumen percaya bahwa produk tersebut berkualitas dan dapat memberikan manfaat yang mereka inginkan. Sertifikasi organik dapat memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut telah memenuhi standar organik yang ditetapkan. Standar organik tersebut biasanya mencakup aspek-aspek seperti: pembudidayaan tanpa menggunakan bahan kimia sintetis pemeliharaan lingkungan. Sertifikasi organik yang jelas dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk organik. Konsumen yang percaya bahwa produk tersebut telah memenuhi standar organik akan lebih cenderung untuk membeli produk tersebut (Krystallis & Chryssohoidis, 2005).

Pengaruh demografi juga dapat berperan dalam *willingnes to pay* pada pengaruh usia konsumen yang lebih tua mungkin lebih cenderung untuk membeli

produk organik karena kekhawatiran terhadap kesehatan mereka. Hal ini karena mereka lebih rentan terhadap penyakit dan ingin memastikan bahwa mereka mengonsumsi makanan yang sehat dan aman (Kurnia, 2023). Pengaruh Jenis Kelamin konsumen perempuan mungkin lebih cenderung untuk membeli produk organik daripada konsumen laki-laki. Hal ini karena perempuan umumnya lebih peduli terhadap kesehatan dan kesejahteraan keluarga.

Pengaruh Pendidikan konsumen yang lebih berpendidikan mungkin lebih cenderung untuk mengetahui manfaat produk organik dan bersedia membayar lebih untuk produk tersebut. Hal ini karena mereka memiliki akses yang lebih besar ke informasi dan lebih sadar akan pentingnya kesehatan dan lingkungan (Utomo, 2022).

Harga merupakan faktor penting dan sangat sensitif terhadap kesediaan konsumen untuk membayar. Harga tinggi mencerminkan kualitas produk. Konsumen akan bersikap setia untuk terus menggunakan suatu produk apabila mereka telah percaya pada manfaat yang diberikan oleh produk tersebut (Abadi, 2019).

Pengaruh Lokasi konsumen yang tinggal di daerah perkotaan mungkin lebih cenderung untuk membeli produk organik daripada konsumen yang tinggal di daerah pedesaan. Hal ini karena mereka memiliki akses yang lebih besar ke produk organik dan lebih sadar akan pentingnya kesehatan dan lingkungan.

Willingness to pay adalah sejauh mana konsumen bersedia membayar lebih tinggi dari harga biasa untuk mendapatkan produk atau layanan yang dianggap

memiliki nilai tambah, seperti beras organik yang dianggap lebih sehat dan ramah lingkungan daripada beras konvensional.

Salah satu hasil pertanian yang menjadi konsumsi utama masyarakat adalah beras. Beras memiliki peran aktif dalam memastikan ketersediaan pangan, yakni untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat. Beras organik adalah pilihan yang lebih sehat dan aman untuk dikonsumsi. Beras organik tidak mengandung bahan kimia seperti yang terdapat dalam pupuk, pestisida, hormon, dan obat-obatan.

Beras organik termasuk dalam kategori beras khusus yang tidak terikat oleh Harga Eceran Tertinggi (HET) yang ditetapkan pemerintah, sehingga tidak ada batasan harga maksimum untuk beras ini (Fatimah wardiana putri, 2017). Oleh karena itu, diperlukan penelitian survei untuk mengetahui tingkat kesediaan konsumen membayar atau *Willingness To Pay* untuk memperoleh produk beras organik.

Menurut penelitian (Habib & Kuntadi, 2020 dan Rofiah, 2021). menyimpulkan bahwa ada kesamaan variabel yaitu usia, jenis kelamin, jumlah tanggungan, pendapatan, kepedulian pangan. Perbedaan dari kedua penelitian tersebut yaitu pendidikan, pekerjaan, atribut produk, kepercayaan, kelangkaan. Ternyata dari kedua variabel dengan penelitian berbeda bahwa yang berpengaruh besar terhadap kesediaan konsumen membayar produk beras organik adalah variabel usia, pendapatan, kepercayaan, kepedulian pangan sehat. Sedangkan variabel dari kedua penelitian tersebut yang berpengaruh tidak signifikan terhadap kesediaan konsumen membayar produk beras organik adalah jumlah tanggungan, atribut beras, jenis kelamin, kelangkaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut terhadap responden yang terbatas, menunjukkan bahwa konsumen masih memiliki persepsi produk organik sebagai produk yang mahal, sehingga perlu membahas seberapa daya beli/sumber dana atau *Willingness To Pay* konsumen terhadap beras organik. *Willingness To Pay* digunakan sebagai metode untuk mengetahui nilai maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen dari peningkatan kualitas sebuah produk (Setung et al., 2021).

1.2 Rumusan Masalah

1. Berapakah nilai kesediaan membayar *Willingness To Pay* beras Organik?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kesediaan membayar *Willingness To Pay* beras Organik?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengestimasi nilai kesediaan membayar *Willingness To Pay* beras organik.
2. Menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi nilai kesediaan membayar *Willingness To Pay* beras organik.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai adanya peningkatan kepedulian dan kesadaran untuk memahami manfaat dari sayuran organik agar bisa dikonsumsi oleh semua masyarakat baik dari yang berpendidikan dan berpendapatan rendah sampai tertinggi.

2. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara, Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian Habib & Kuntadi, (2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen beras organik aromatik Botanik di Kabupaten Situbondo didominasi oleh laki-laki berusia 30-50 tahun dengan pendidikan tinggi, bekerja di sektor swasta, memiliki pendapatan sekitar Rp 3-4 juta, dan memiliki tiga orang tanggungan keluarga. Kesiapan membayar konsumen untuk beras organik aromatik Botanik yaitu sekitar Rp 18.133 per kilogram, lebih tinggi dibandingkan dengan harga di toko. Hal ini menunjukkan adanya surplus konsumen sebesar Rp 633. Variabel independent seperti usia, jenis kelamin, jumlah anggota keluarga, pendidikan, pekerjaan, kepedulian terhadap pangan sehat dan pendapatan berpengaruh secara nyata terhadap variabel dependen nilai *Willingness To Pay* beras organik di daerah tersebut.

Berdasarkan penelitian Rofiah, (2021). Penelitian ini bertujuan untuk menilai nilai kesiapan membayar *Willingness to Pay* konsumen terhadap beras organik di Kabupaten Karanganyar, menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat *Willingness To Pay*, serta mengidentifikasi faktor yang memiliki pengaruh paling signifikan. Dalam mempertimbangkan bahwa minat konsumen terhadap beras organik di Kabupaten Karanganyar masih relatif rendah, penelitian ini melibatkan 60 responden. Sampel diambil dari pasar modern dan agen beras organik. Metode analisis *Willingness To Pay* menggunakan pendekatan Contingent Valuation Method (CVM), sementara analisis faktor-faktor yang memengaruhi dan

faktor yang paling berpengaruh terhadap nilai *Willingness To Pay* menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata kesediaan membayar konsumen terhadap beras organik di Kabupaten Karanganyar adalah sekitar Rp 15.367,- per kilogram. Nilai ini lebih tinggi dibandingkan dengan harga rata-rata beras organik di pasar Kabupaten Karanganyar, yaitu sekitar Rp 13.000,- per kilogram. Faktor-faktor seperti pendapatan, kepercayaan, dan kesadaran terhadap kesehatan secara signifikan mempengaruhi nilai *Willingness To Pay* secara positif, sementara usia dan kesadaran terhadap lingkungan mempengaruhi secara negatif. Sementara itu, faktor-faktor seperti jumlah anggota keluarga, persepsi terhadap atribut, kelangkaan, dan jenis kelamin tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai kesediaan membayar beras organik.

Dari berbagai faktor yang dianalisis, pendapatan merupakan faktor yang paling mempengaruhi nilai kesediaan membayar konsumen terhadap beras organik di Kabupaten Karanganyar. Berdasarkan hasil penelitian ini, produsen beras organik dapat mempertahankan harga beras organik saat ini karena masih berada di bawah nilai kesediaan membayar konsumen. Faktor kesadaran terhadap kesehatan juga memiliki pengaruh positif terhadap minat konsumen terhadap beras organik. Oleh karena itu, promosi mengenai manfaat kesehatan dari beras organik dapat ditingkatkan, misalnya dengan melibatkan dinas kesehatan dalam kampanye makanan sehat di puskesmas atau posyandu. Faktor utama yang menghambat konsumsi beras organik adalah faktor harga. Oleh karena itu, promosi beras organik dapat difokuskan pada masyarakat menengah ke atas dengan pendapatan tetap, seperti pegawai atau PNS, dengan menawarkan sistem order-antar dan memasarkan beras organik ke instansi pemerintah.

Penelitian yang berjudul "Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Beras Organik Di Kabupaten Banyumas Dan Faktor Yang Mempengaruhinya" oleh Niken Hapsari Arimurti pada tahun 2021 mengungkapkan bahwa hasil penelitian menunjukkan konsumen di Kabupaten Banyumas bersedia membayar maksimal Rp 18.346,00 per kilogram untuk beras organik. Angka tersebut melebihi rata-rata harga beras organik di Banyumas, yang mencapai Rp 15.250,00 per kilogram. Faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar beras organik meliputi pendapatan, lama mengonsumsi, dan kualitas beras organik. Dalam hal pendapatan, analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Prob) adalah sebesar 0,0257 dengan koefisien 1,2561. Lama mengonsumsi secara positif memengaruhi kesediaan konsumen membayar lebih untuk beras organik, seperti yang terlihat dari nilai signifikansinya (Prob) sebesar 0,0070 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai koefisiennya 2,7683. Persepsi konsumen terhadap kualitas beras organik juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar lebih, dengan nilai signifikansi sebesar 0,0413 (lebih kecil dari 0,05), koefisien sebesar 4,1190, dan odd ratio sebesar 61,4977. Ini menunjukkan bahwa kualitas beras organik sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membayar lebih (Arimurti et al., 2021).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Definisi & Karakteristik Beras Organik

Menurut (Hikamawanti Nina, 2018) Beras Organik merujuk pada beras yang dihasilkan dari pertanian organik, di mana padi ditanam atau dibudidayakan tanpa menggunakan pupuk kimia sintetis, melainkan menggunakan pupuk organik. Beras organik memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari beras

konvensional. Pertama, beras organik ditanam atau dibudidayakan dengan menggunakan metode pertanian organik, yang berarti tidak menggunakan pupuk kimia sintetis atau pestisida buatan. Sebagai gantinya, pupuk organik dan metode alami untuk mengendalikan hama digunakan. Selain itu, beras organik tidak mengandung residu kimia sintetis karena tidak ada penggunaan bahan-bahan tersebut dalam proses produksinya.

Berbeda dengan beras konvensional, beras organik seringkali memiliki label sertifikasi organik dari badan sertifikasi yang terkait. Label ini menunjukkan bahwa beras telah diproduksi sesuai dengan standar pertanian organik yang ketat. Selain itu, cara pertumbuhan tanaman padi organik dapat berbeda, dengan mungkin adanya polikultur atau penggunaan tumpang sari dengan tanaman lain untuk memaksimalkan keberlanjutan.

Beras organik dianggap memiliki nilai tambah karena sejumlah alasan. Pertama, konsumen percaya bahwa beras organik lebih sehat dan aman untuk dikonsumsi karena tidak mengandung residu kimia. Selain itu, metode pertanian organik juga berkontribusi pada perlindungan lingkungan dengan mengurangi penggunaan bahan kimia yang dapat berdampak buruk pada tanah, air, dan ekosistem sekitarnya. Selain itu, beras organik mungkin memiliki nilai nutrisi yang lebih tinggi, dan pembelian produk organik juga mendukung petani lokal dan praktik pertanian berkelanjutan. Akhirnya, bagi sebagian konsumen, memilih beras organik juga merupakan pilihan etis yang memberikan kepuasan personal karena mereka percaya bahwa mereka memilih produk yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan (Fitri Aditri, 2022)

2.2.2 Manfaat Kesehatan Dari Konsumsi Beras Organik

Secara umum, beras organik memiliki tingkat gula yang lebih rendah. Lebih lanjut, tingkat seratnya lebih tinggi, sehingga berpotensi lebih efektif dalam mengatur kadar gula darah. Selain itu, beras organik kaya akan nutrisi dan mineral, dan komponen seperti glukosa, karbohidrat, dan protein dapat dicerna dengan mudah. Konsumsi beras organik juga dikaitkan dengan peningkatan sistem kekebalan tubuh, penurunan kadar gula darah, mendukung penderita diabetes, memperbaiki sel-sel hati yang rusak, pencegahan gangguan fungsi ginjal, menghambat penuaan dini, mencegah kanker, cocok untuk program diet, memperlancar pencernaan, meningkatkan kesehatan jantung, membantu penurunan berat badan, dan mencegah obesitas (Wellfarm, 2020).

2.2.3 Teori Ekonomi Konsumen dan Kesiediaan Membayar *Willingness To Pay*

Willingness To Pay dalam ekonomi konsumen mengacu pada sejauh mana seseorang atau konsumen bersedia membayar untuk mendapatkan produk atau layanan tertentu. Hal ini mencerminkan penilaian subjektif terhadap nilai barang atau jasa dalam bentuk uang atau bentuk kompensasi lainnya. Faktor-faktor seperti preferensi personal, tingkat pendapatan, serta elemen eksternal seperti harga pasar dan tingkat persaingan dapat memengaruhi tingkat *Willingness To Pay*. Dalam penelitian ekonomi, analisis dan pengukuran *Willingness To Pay* membantu dalam memahami cara konsumen menilai dan menetapkan nilai pada produk atau layanan dalam konteks pasar (Preliana Dewi et al., 2023). Selain itu, konsep *Willingness To Pay* juga dimanfaatkan untuk mengevaluasi kebijakan pemerintah dan menentukan harga optimal untuk produk atau layanan tertentu.

2.2.4 Surplus Produsen

Surplus produsen adalah ukuran keuntungan yang diperoleh produsen karena mereka beroperasi dalam pasar komoditas. Keuntungan ini diperoleh karena harga pasar yang terbentuk melebihi harga yang mereka mau tawarkan pada tingkat penjualan tertentu (Sugiarto Brastoro dkk,2002).

2.2.6 Surplus Konsumen

Surplus konsumen yaitu keuntungan yang diperoleh konsumen karena mereka membeli suatu komoditas. Keuntungan ini diperoleh karena harga yang berlaku pada kondisi keseimbangan lebih rendah dari harga yang mereka mau bayar. Surplus konsumen juga menunjukkan kelebihan kepuasan yang dinikmati oleh konsumen. Kelebihan kepuasan ini timbul karena adanya perbedaan antara kepuasan yang diperoleh seseorang dalam mengkonsumsi sejumlah komoditas dengan pembayaran yang harus dikeluarkannya untuk memperoleh komoditas tersebut (Sugiarto Brastoro dkk,2002).

2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar Konsumen

Terhadap Beras Organik.

Pengaruh demografi juga dapat berperan dalam willingness to pay pada pengaruh usia konsumen yang lebih tua mungkin lebih cenderung untuk membeli produk organik karena kekhawatiran terhadap kesehatan mereka. Hal ini karena mereka lebih rentan terhadap penyakit dan ingin memastikan bahwa mereka mengonsumsi makanan yang sehat dan aman (Kurnia, 2023). Pengaruh Jenis Kelamin konsumen perempuan mungkin lebih cenderung untuk membeli produk organik daripada konsumen laki-laki. Hal ini karena perempuan umumnya lebih peduli terhadap kesehatan dan kesejahteraan keluarga.

Pengaruh Pendidikan konsumen yang lebih berpendidikan mungkin lebih cenderung untuk mengetahui manfaat produk organik dan bersedia membayar lebih untuk produk tersebut. Hal ini karena mereka memiliki akses yang lebih besar ke informasi dan lebih sadar akan pentingnya kesehatan dan lingkungan (Utomo, 2022).

Kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi makanan yang sehat dan aman. Beras organik dibudidayakan tanpa menggunakan bahan kimia sintetis, seperti pestisida, herbisida, dan pupuk kimia. Hal ini membuat Beras organik lebih aman untuk dikonsumsi dan lebih baik bagi kesehatan.

Beras organik memiliki banyak manfaat seperti sangat direkomendasikan untuk orang yang sakit diabetes, cenderung memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan beras konvensional, selain harganya yang lebih mahal beras organik juga masih terbatas dan hanya tersedia di pasar-pasar modern, dengan konsumen di kelas tertentu yang cenderung memperhatikan kesehatan. Hal ini karena biaya produksi beras organik lebih tinggi. Namun, mengingat manfaat beras organik bagi kesehatan dan lingkungan, maka harganya yang lebih mahal sepadan dengan kualitasnya. Terdapat beberapa tantangan, namun prospek pengembangan beras organik di Indonesia sangat baik.

Menurut (Fajria, 2020). Gaya hidup yang mempromosikan kesehatan dan ramah lingkungan saat ini sedang populer. Masyarakat yang mengadopsi pola hidup sehat ini menuntut bahwa produk pertanian harus memenuhi standar keamanan konsumsi, kaya nutrisi, dan berwawasan lingkungan. Salah satu metode pertanian organik yang dapat menghasilkan makanan sehat dan kaya gizi adalah dengan menanam sayuran secara organik. Selain aspek kesehatan, beberapa konsumen

tertarik pada produk organik karena faktor sosial seperti tren dan gaya hidup. Saat ini, mengadopsi konsumsi produk organik dianggap sebagai fenomena yang tengah berkembang di masyarakat, bukan hanya sebagai upaya menjaga kesehatan, tetapi juga sebagai simbol meningkatnya status sosial. Mengonsumsi produk organik dianggap sebagai indikator kemampuan membeli yang tinggi (Jenderal et al., 2021).

Nandi et al., (2017) menyatakan meningkatnya kepedulian konsumen terhadap keamanan dan kualitas makanan didorong oleh temuan-temuan pengamatan terbaru. Konsumen selalu mencari keamanan pangan dan bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk produk yang sehat dan bergizi. Hal ini dikarenakan mereka meningkatkan tingkat utilitas mereka dengan mengurangi risiko kesehatan pada saat yang bersamaan. Namun, beberapa manfaat risiko kesehatan ini sangat sulit untuk dinilai. Metode yang umum digunakan untuk menentukan manfaat keamanan pangan adalah dengan memperkirakan kesediaan membayar untuk makanan yang lebih aman dan berkualitas.

Branding dan sertifikasi merupakan dua faktor penting yang dapat mempengaruhi *Willingness To Pay* konsumen untuk sayuran organik. Branding yang kuat dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk organik, sedangkan sertifikasi organik dapat memberikan jaminan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar organik yang ditetapkan. Pengaruh branding yang kuat dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk organik. Konsumen yang percaya pada suatu brand akan lebih cenderung untuk membeli produk tersebut, bahkan jika harganya lebih mahal. Hal ini karena konsumen percaya bahwa produk tersebut berkualitas dan dapat memberikan manfaat yang mereka inginkan. Sertifikasi organik dapat memberikan jaminan kepada konsumen bahwa

produk tersebut telah memenuhi standar organik yang ditetapkan. Standar organik tersebut biasanya mencakup aspek-aspek seperti pembudidaya tanpa menggunakan bahan kimia sintetis pemeliharaan lingkungan. Sertifikasi organik yang jelas dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk organik. Konsumen yang percaya bahwa produk tersebut telah memenuhi standar organik akan lebih cenderung untuk membeli produk tersebut (Krystallis & Chryssohoidis, 2005).

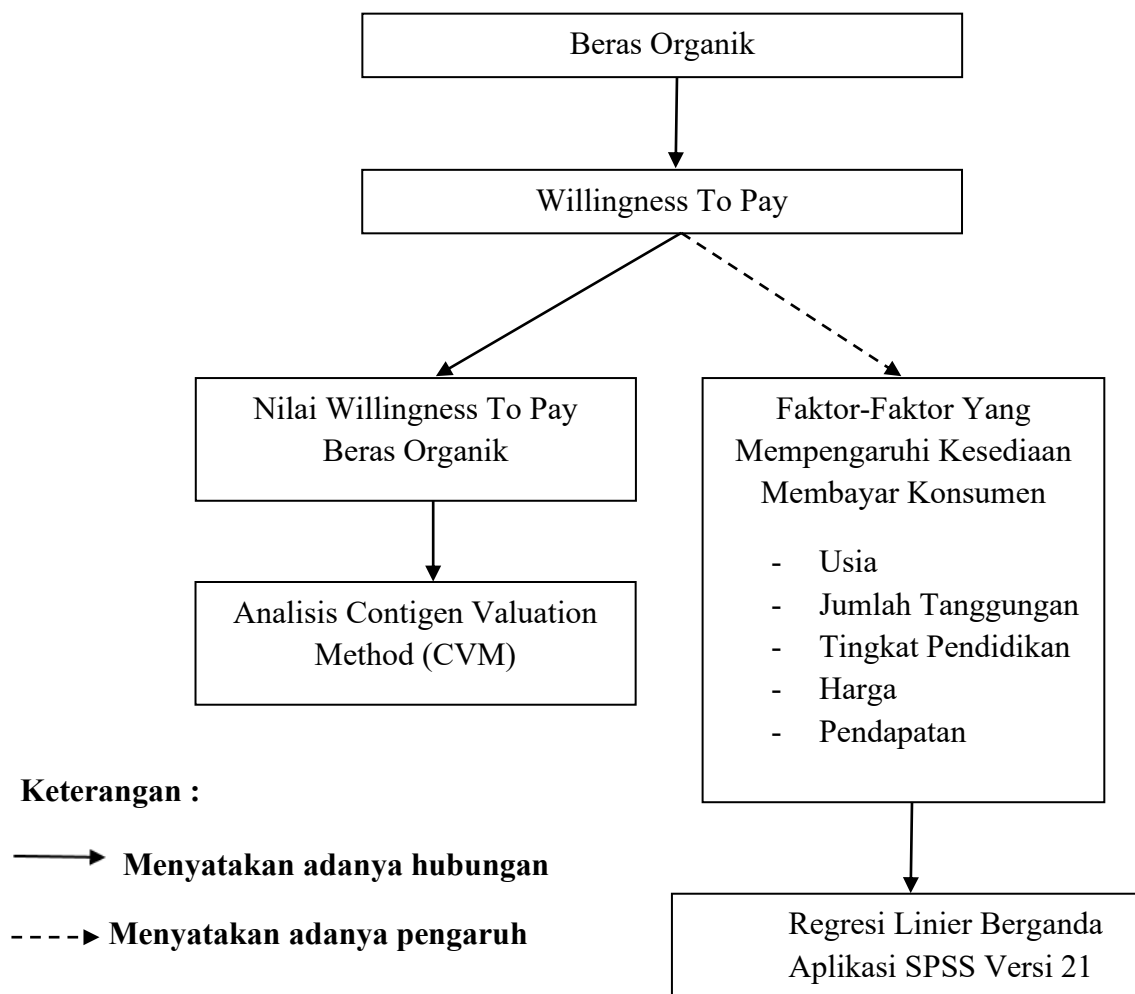
Harga merupakan faktor penting dan sangat sensitif terhadap kesediaan konsumen untuk membayar. Harga tinggi mencerminkan kualitas produk. Konsumen akan bersikap setia untuk terus menggunakan suatu produk apabila mereka telah percaya pada manfaat yang diberikan oleh produk tersebut (Abadi, 2019).

Pengaruh Lokasi konsumen yang tinggal di daerah perkotaan mungkin lebih cenderung untuk membeli produk organik daripada konsumen yang tinggal di daerah pedesaan. Hal ini karena mereka memiliki akses yang lebih besar ke produk organik dan lebih sadar akan pentingnya kesehatan dan lingkungan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Pemasaran produk beras organik menghadapi tantangan akibat persepsi bahwa produk organik dianggap mahal. Dikarenakan persepsi konsumen yang menganggap beras organik memiliki harga yang cenderung lebih mahal jika dibandingkan dengan beras biasa pada umumnya, maka dari itu perlu dilakukannya penelitian terkait kesediaan konsumen dalam membeli suatu produk guna menilai sejauh mana tingkat keinginan membayar konsumen dalam membeli beras organik, yang juga dikenal sebagai *Willingness to Pay* (WTP). Selain itu penelitian ini juga dilakukan guna mengetahui faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi

willingness to pay konsumen terhadap pembelian beras organik. Analisis contingen valuation method (CVM) digunakan untuk mengetahui nilai *Willingness To Pay* beras organik. Analisis Regresi Linear berganda digunakan untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang Mempengaruhi *Willingness To Pay* beras organik. Penggunaan *Willingness To Pay* menjadi penting dalam menetapkan nilai maksimal yang bersedia dibayarkan oleh konsumen dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya demi meningkatkan kualitas produk dan penjual dapat mengatur strategi harga untuk produk tersebut. Secara sistematis kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada skema gambar sebagai berikut :



2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah solusi sementara untuk topik penelitian yang baru dibuktikan dengan menggunakan fakta-fakta yang dikumpulkan. Hasilnya, solusi jangka pendek yang menjadi hipotesis penelitian.

H0 → faktor-faktor kesediaan konsumen untuk membayar lebih berpengaruh terhadap willingness to pay

H1 → faktor-faktor kesediaan konsumen untuk membayar lebih tidak berpengaruh terhadap willingness to pay