

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya hidup sehat “back to nature” semakin populer dan mengurangi dominasi cara hidup konvensional yang bergantung pada penggunaan bahan kimia buatan seperti: pupuk anorganik, pestisida sintetis, dan hormon pertumbuhan dalam pertanian. (Girsang, N.S.S, 2022). Konsumen menjadi lebih berhati-hati dalam memilih sayuran yang akan mereka konsumsi, menghindari produk yang mengandung pestisida kimia yang berpotensi merugikan kesehatan. Menurut (Yasmin et al., 2017) Di sisi lain, petani menghadapi tantangan lahan yang terbatas dan penurunan kesuburan tanah, yang mengakibatkan penurunan kualitas dan jumlah hasil pertanian. Dalam menghadapi tantangan ini, metode hidroponik menjadi salah satu solusi yang menjanjikan.

Menurut (Rosliani Rini, 2005) Hidroponik merupakan metode pertanian di mana tanaman ditanam menggunakan media air dan larutan nutrisi tanpa menggunakan tanah sebagai media tumbuhnya. (Tita Kaftiah, 2021) Pendekatan ini dianggap ramah lingkungan karena tidak memerlukan penggunaan pestisida. Budidaya hidroponik memiliki potensi pertumbuhan yang cepat karena memiliki beberapa keunggulan. Salah satu keunggulan utamanya adalah kemampuan tanaman untuk tumbuh dan berproduksi dengan efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan metode pertanian konvensional. Selain itu, perawatannya lebih mudah, pengendalian hama lebih terkendali, penggunaan pupuk lebih efisien, tanaman yang mati dapat diganti lebih cepat, dan kebutuhan tenaga kerja lebih sedikit karena prosesnya lebih efisien dan terstandarisasi. Tanaman hidroponik

juga cenderung tumbuh lebih cepat dalam kondisi yang lebih bersih dan terlindung dari kerusakan.

Dari beberapa keunggulan tersebut menarik perhatian para calon konsumen karena lebih layak di konsumsi dan komoditas sayuran yang sering dikonsumsi khususnya masyarakat Sumatera Utara adalah sayuran kangkung. Kangkung berasal dari wilayah tropis, terutama Afrika dan Asia. Kangkung mengandung berbagai zat gizi seperti protein, kalsium, lemak, fosfor, karbohidrat, kalium, natrium, zat besi, vitamin A, dan vitamin B (Priowidodo, 2012).

Tabel 1. Produksi Kangkung di Sumatera Utara 2018-2022

Tahun	Jumlah Produksi
2018	15.092
2019	13.652
2020	16.996
2021	23.071
2022	23.002

Sumber : BPS Provinsi Sumatera Utara, 2022

Selama periode 2018 hingga 2022, produksi kangkung di Sumatera Utara mengalami fluktuasi dengan kecenderungan peningkatan. Pada tahun 2018, produksi kangkung di Sumatera Utara mencapai 15.092,00 ton, sementara pada tahun 2022, jumlah produksinya meningkat menjadi 23.002,00 ton. Produksi kangkung tertinggi tercatat pada tahun 2021, mencapai 23.071,00 ton, sedangkan produksi terendah terjadi pada tahun 2019 dengan jumlah 13.652,00 ton. Dengan adanya pertumbuhan produksi, sektor pertanian kangkung mungkin mengalami perkembangan positif selama periode tersebut.

Kangkung hidroponik, sebagai salah satu produk pertanian hidroponik, menjadi perhatian utama dalam konteks ini. Sayuran yang sangat bermanfaat ini, yakni kangkung, cenderung mempunyai harga yang lebih tinggi untuk jenis yang

ditanam secara hidroponik dibanding dengan yang ditanam secara konvensional. Perbedaan harga ini timbul karena beberapa faktor seperti jenis kangkung, kualitasnya, serta lokasi penjualannya. Kangkung hidroponik yang memiliki kualitas premium cenderung memiliki pasar yang lebih spesifik dari segi target konsumen maupun lokasi penjualannya.

Banyak faktor yang membuat konsumen bersedia untuk memutuskan untuk membeli suatu produk seperti faktor usia, harga, pendapatan, tingkat pendidikan, serta jumlah tanggungan keluarga. (Fajria, 2020) Menurut penelitian tersebut, 81 dari 100 individu menyatakan kesediaan untuk membayar lebih dari harga standar demi mendapatkan produk sayur yang sehat. Sementara itu, 19 orang sisanya menyatakan ketidaksetujuan. Alasan utama di balik penolakan responden untuk membayar lebih adalah harganya yang tinggi.

(Roitner-Schobesberger et al., 2008) Alasan utama di balik pembelian produk bebas pestisida adalah harapan konsumen akan manfaat positif bagi kesehatan, seperti ketiadaan residu pestisida dan dukungan terhadap lingkungan yang lebih bersahabat. Konsumen cenderung menjadi pelanggan setia terhadap suatu produk ketika mereka telah yakin dengan manfaat yang diberikan oleh produk tersebut (Rasmikayati dkk., 2017 dalam Yulia Sari et al., 2020)

Sebagian masyarakat memilih makanan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok, melainkan sebagai upaya memastikan kesehatan mereka. Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana konsumen bersedia membayar (*Willingness To Pay*) untuk suatu produk, karena informasi ini dapat membantu produsen dalam memahami konsumen. Kesediaan konsumen membayar lebih

untuk sayuran hidroponik mencerminkan sejauh mana masyarakat di wilayah ini memahami dan mengapresiasi manfaat dari jenis sayuran ini.

Analisis agrokreasi di Kecamatan Medan Johor, yang merupakan salah satu penyedia sayuran hidroponik, menjadi fokus penelitian yang menarik untuk mempelajari perilaku konsumen terkait pembelian kangkung hidroponik. Memahami lebih mendalam tentang tingkat kesediaan membayar konsumen untuk membeli kangkung hidroponik dapat memberikan informasi yang berharga bagi pihak terkait dalam upaya meningkatkan penjualan dan adopsi kangkung hidroponik di pasar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana karakteristik konsumen sayur kangkung hidroponik?
2. Berapa besar nilai maksimal yang bersedia dibayarkan konsumen untuk memperoleh sayur kangkung hidroponik?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen sayur kangkung hidroponik?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui bagaimana karakteristik konsumen sayur kangkung hidroponik.
2. Untuk mengetahui berapa besar nilai maksimal yang bersedia dibayarkan konsumen untuk memperoleh sayur kangkung hidroponik.
3. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen sayur kangkung hidroponik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak antara lain :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk penerapan ilmu dan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan serta acuan atau referensi pada masa penelitian yang akan datang.

2. Bagi Pihak AAK

Dapat menggunakan temuan penelitian untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan keberlanjutan bisnis, dan memahami lebih baik preferensi konsumen terkini terkait kangkung hidroponik.

3. Bagi Pemerintah

Dapat menggunakan informasi ini untuk merancang kebijakan yang mendukung pertumbuhan sektor pertanian hidroponik secara keseluruhan.

4. Bagi Mahasiswa

Meningkatkan hasil belajar mahasiswa untuk menemukan pengetahuan dan mengembangkan wawasan, meningkatkan kemampuan menganalisis suatu masalah melalui pembelajaran dengan model pembelajaran inovatif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian (Nitasari & Wahidah, 2020), Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media yang paling sesuai untuk pertumbuhan tanaman kangkung adalah media hidroponik atau air yang diperkaya dengan nutrisi. Kelebihan media hidroponik meliputi pertumbuhan yang lebih cepat, hasil panen yang lebih bersih, dan kemampuan untuk ditanam di berbagai tempat, termasuk lahan yang sempit.

Berdasarkan penelitian (Fajria, 2020), nilai rata-rata maksimum kesediaan membayar (WTP) untuk sayur organik bervariasi. Untuk jenis sayur selada, WTP lebih tinggi sebesar 9,15%; sawi lebih tinggi sebesar 8,70%; kangkung lebih tinggi sebesar 8,35%; bayam lebih tinggi sebesar 10,50%; dan brokoli lebih tinggi sebesar 10,05% dari harga pada saat penelitian. Faktor-faktor yang signifikan dalam memengaruhi kesediaan membayar meliputi pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan sementara harga, kualitas, status pernikahan, jenis kelamin, dan usia, tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan penelitian (Fahira et al., 2022). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh adalah pendapatan konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,184 dan nilai signifikansi 0,042 ($\alpha < 0,05$), harga dengan koefisien regresi 0,088 dan nilai signifikansi 0,044 ($\alpha < 0,05$), usia konsumen dengan koefisien regresi 0,058 dan nilai signifikansi 0,026 ($\alpha < 0,05$), serta pendidikan dengan koefisien regresi 0,498 dan nilai signifikansi 0,022 ($\alpha < 0,05$). Dari perhitungan koefisien determinasi (R^2),

diperoleh nilai sebesar 0,110, yang mengindikasikan bahwa pengaruh pendapatan, harga, usia konsumen, dan pendidikan terhadap kemauan membayar adalah sebesar 11%.

Berdasarkan penelitian (Arimurti et al., 2021) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar beras organik secara signifikan adalah pendapatan, lama mengkonsumsi dan persepsi konsumen terhadap kualitas beras organik.

Berdasarkan penelitian (Riana et al., 2019), nilai rata-rata Kesediaan Membayar (WTP) konsumen untuk beras organik pada beras putih organik, WTP berkisar antara 13% hingga 19,17%, sementara untuk beras merah organik berkisar antara 14,74% hingga 20%, dan beras hitam organik berkisar antara 14,20% hingga 20%. Faktor-faktor yang secara bersama-sama mempengaruhi WTP konsumen untuk beras organik melibatkan usia, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, pendapatan bulanan, harga beras organik, harga beras non organik, jenis beras organik, orientasi kesehatan, dan merek beras organik. Sedangkan secara parsial, faktor-faktor yang mempengaruhi mencakup jumlah pendapatan per bulan, harga, dan merek beras organik.

Berdasarkan penelitian (Pertiwi et al., 2022) Hasil penelitian menunjukkan beberapa hal: Pertama, sebagian besar pengunjung yang menjadi sampel adalah laki-laki dengan usia rata-rata sekitar 35 tahun, mayoritas di antaranya sudah menikah, memiliki pendidikan tinggi dengan gelar Strata 1, bekerja sebagai pegawai swasta, dengan pendapatan rata-rata sekitar Rp6.862.000 dan memiliki rata-rata tiga tanggungan. Kedua, persepsi pengunjung terhadap Agrowisata "Sweetberry" dari segi kognitif, afektif, dan konatif cenderung positif, dengan

skor rata-rata masing-masing sekitar 3,97; 3,68; dan 3,67. Ketiga, nilai rata-rata maksimum yang bersedia dibayar (WTP) oleh pengunjung adalah sekitar Rp23.443.038, yang menunjukkan peningkatan sebesar Rp8.443.038 dari harga tiket masuk awal sebesar Rp15.000. Keempat, faktor-faktor yang signifikan dalam mempengaruhi kesediaan membayar, dengan tingkat kepercayaan 95%, mencakup jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jumlah tanggungan.

Berdasarkan penelitian (Yunus et al., 2019) ditemukan bahwa nilai rata-rata Kesediaan Membayar (WTP) untuk berbagai jenis sayur adalah sebagai berikut: brokoli sebesar Rp8.343,75 per kemasan 200 gram; wortel sebesar Rp11.1125 per kemasan 500 gram; pakcoy sebesar Rp5.968,75 per kemasan 200 gram; kangkung sebesar Rp5.718,75 per kemasan 200 gram; caisim sebesar Rp5.687,5 per kemasan 200 gram; dan bayam hijau sebesar Rp5.750 per kemasan 200 gram. Dalam penelitian ini, faktor-faktor seperti jumlah anggota keluarga, tingkat kepedulian, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Kesediaan Membayar, sementara jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, dan status pernikahan tidak berpengaruh signifikan

Berdasarkan penelitian (Rofiatin & Bariska, 2018) ditemukan bahwa karakteristik responden yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, khususnya perempuan. Hal ini disebabkan oleh perempuan yang sudah berumah tangga dianggap sebagai penentu keputusan dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga. Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan konsumen membayar untuk sayur organik melibatkan usia, tingkat pendidikan, pendapatan, kualitas produk, dan dampak kesehatan. Sementara itu, faktor-faktor yang mempengaruhi

kesediaan konsumen membayar untuk sayur anorganik mencakup harga, pendapatan, jenis pekerjaan, usia, dampak kesehatan dan kualitas produk,

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Hidroponik

Hidroponik berasal dari kata "*hydro*" yang artinya air, dan juga "*phonic*" yang artinya pengerjaan. Menurut Suhardiyanto (2010), Hidroponik adalah praktek pertanian yang tidak menggunakan tanah sebagai media tanam, di mana tanaman diberikan nutrisi utama melalui larutan nutrisi yang dicampur dengan air, bukan melalui tanah seperti pada metode pertanian konvensional. Nutrisi ini dapat disalurkan kepada tanaman melalui genangan atau aliran air.

Beberapa kelebihan yang diperoleh dari penggunaan sistem hidroponik dalam menanam tanaman, jika dibandingkan dengan metode konvensional di tanah (Suardiyanto, 2010), antara lain:

1. Pengendalian yang lebih efektif terhadap hama dan penyakit
2. Penggunaan pupuk dan air lebih efisien.
3. Tidak memerlukan pengolahan tanah dan pengendalian gulma, sehingga mengurangi biaya tenaga kerja.
4. Penyediaan larutan nutrisi yang sesuai dengan kebutuhan tanaman.
5. Dapat diterapkan pada lahan sempit atau tanah kurang subur, memungkinkan menjaga kebersihan, mencegah penyakit dari tanah, serta menghilangkan ketergantungan pada musim dalam budidaya tanaman.

2.2.2 Kangkung

Kangkung adalah jenis tanaman yang memiliki umur hidup lebih dari satu tahun. Berasal dari wilayah Asia dan Afrika yang terdiri dari dua jenis yang

umumnya dibudidayakan oleh petani, yaitu kangkung air dan kangkung darat (Haryoto, 2009). (Anggara, 2009) Posisi tanaman kangkung dalam klasifikasi tumbuhan dikategorikan sebagai :

Kingdom : *Plantae*

Subkingdom : *Tracheobionta*

Super Divisi : *Spermatophyla*

Divisi : *Magnoliophyta*

Sub Kelas : *Asteridae*

Ordo : *Solanales*

Famili : *Convulvlace*

Genus : *Ipomoea*

Spesies : *Ipomoea reptans Poir (kangkung darat)*

Bagian dari kangkung yang dikonsumsi adalah daunnya, memberikan rasa segar, dan kaya akan kandungan zat besi, vitamin A, dan vitamin C. Kangkung memiliki kemampuan beradaptasi terhadap berbagai kondisi iklim dan jenis tanah, meskipun tumbuh optimal pada tanah yang memiliki tingkat kelembaban yang cukup tinggi. Pertumbuhan kangkung dapat mencapai hasil yang optimal pada kondisi dataran rendah di daerah Tropika dengan suhu tinggi dan durasi penyinaran yang pendek. Suhu yang ideal berkisar antara 25 hingga 30°C, sementara tanaman ini dapat mengalami kerusakan jika suhu turun dibawah 10°C (Akg, 2016). Jika ditanam di lokasi yang agak terlindungi, daunnya memiliki kualitas yang baik dan lembut, sehingga sangat diminati oleh konsumen (Anonim, 2021). Berikut adalah beberapa manfaat dari tanaman ini (Syahirah, S. 2022) :

1. Mempertahankan kesehatan mata
2. Sifat antiradang
3. Pencegahan diabetes
4. Perlindungan terhadap kerusakan hati (liver)
5. Pencegahan dehidrasi

2.2.3 Willingness To Pay

Umumnya WTP atau kemauan untuk membayar dapat diartikan sebagai jumlah yang siap dibayarkan oleh seorang pembeli untuk memperoleh suatu produk ataupun jasa. Ini merupakan harga tertinggi yang konsumen/pembeli bersedia bayar untuk produk tertentu pada saat tertentu. Kemauan untuk membayar mencerminkan sejauh mana seorang konsumen bersedia membeli produk tersebut, dan sebenarnya mencerminkan harga yang mencerminkan nilai produk atau layanan dan pengorbanan yang diperlukan untuk memperolehnya. Pada sisi lain, konsep ini memiliki tujuan untuk menilai kapabilitas beli konsumen berdasarkan pemikiran mereka (Rofiatin & Bariska, 2018)

Menurut (Rofiatin & Bariska, 2018) WTP dapat didefinisikan sebagai jumlah maksimum uang yang seseorang bersedia bayar sesuai dengan perubahan manfaat yang mereka rasakan. Penelitian mengenai WTP juga dikenal sebagai studi "contingent valuation," karena dalam studi ini, responden diminta untuk mengungkapkan apa yang mereka akan lakukan dalam suatu situasi yang digambarkan atau dihipotesiskan kepada mereka. Harga WTP dapat digunakan untuk menghitung pendapatan yang paling optimal berdasarkan frekuensi kumulatif pembayaran maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk suatu produk atau layanan tertentu.

2.2.4 Faktor-Faktor *Willingness To Pay*

2.2.4.1 Usia

Menurut (Hurlock, 2002), usia merujuk pada rentang waktu sejak kelahiran hingga saat ini bagi seseorang. Masa remaja, menurut perspektif psikologi Piaget, merupakan periode di mana individu berinteraksi dengan masyarakat dewasa dan mengalami perubahan intelektual yang signifikan. Pada masa remaja, terjadi transformasi dalam sikap dan perilaku, dengan sebagian besar remaja menunjukkan sikap yang bercampur aduk terhadap perubahan. Rentang usia 18-40 tahun dikenal sebagai masa dewasa dini, di mana kemampuan mental mencapai puncaknya sekitar usia 20 tahun, memungkinkan individu untuk belajar dan menyesuaikan diri dengan lingkungan baru, termasuk dalam konteks berpikir kreatif. Pada masa dewasa dini, seringkali dicapai puncak prestasi. Setelah melewati usia 40 tahun, disebut sebagai usia madya dini, di mana individu mengalami perubahan fisik dan mental. Pada tahap ini, tantangannya adalah mempertahankan prestasi yang telah dicapai selama masa dewasa.

Menurut (Nursalam, 2019), usia seseorang didefinisikan sebagai rentang waktu sejak kelahiran hingga ulang tahunnya. Kekuatan dan kematangan seseorang berkembang sejalan dengan penambahan usia. Faktor usia dan tahap kehidupan seseorang memiliki dampak signifikan dalam menentukan preferensi pembelian barang atau jasa sepanjang hidupnya, termasuk selera individu terhadap pakaian, makanan, dan rekreasi yang cenderung bervariasi. Konsep ini sejalan dengan pandangan (Sumarwan, 2015) yang menyatakan bahwa konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda sesuai dengan fase usianya.

2.2.4.2 Tingkat Pendidikan

(Suwarno 2016 dalam Safirah. W, 2022) menjelaskan bahwa pengertian pendidikan menurut George F. Kneller. Secara luas, pendidikan bisa dijelaskan sebagai pengalaman atau tindakan yang mempengaruhi karakter, perkembangan jiwa, atau kemampuan fisik seseorang. Secara Khusus, pendidikan merujuk pada transformasi nilai-nilai, pengetahuan, dan keterampilan generasi satu ke generasi berikutnya, yang dijalankan oleh masyarakat melalui institusi pendidikan seperti sekolah, perguruan tinggi, atau lembaga lainnya.

Rahardja dan Manurung (2010) menyatakan bahwa Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin meningkat juga pengeluarannya. Ketika seseorang atau keluarga memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, kebutuhan hidupnya menjadi lebih kompleks. Hal ini terjadi karena mereka harus memenuhi tidak hanya kebutuhan dasar seperti makanan dan minuman, tetapi juga kebutuhan informasi, interaksi sosial, dan keinginan akan pengakuan dari orang lain terhadap eksistensinya. Tingkat pendidikan berperan dalam membentuk pola pikir terutama dalam pengambilan keputusan dan aspirasi pribadi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Fajria, 2020) tingkat pendidikan secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi pola pikir seseorang, yang kemudian akan mempengaruhi dalam kesediaan membayar lebih.

2.2.4.3 Pendapatan

Dalam terminologi ekonomi, pendapatan (*income*) mengacu pada sejumlah uang yang diperoleh seseorang dari perusahaan, meliputi upah, gaji, bunga, laba, sewa dan elemen lainnya, termasuk tunjangan pengangguran, uang pensiun, dan komponen lainnya. (Cristopher, 2009) Pendapatan juga bisa didefinisikan sebagai

total uang diperoleh seseorang/rumah tangga selama periode tertentu. Pendapatan mencakup upah atau penghasilan dari pekerjaan, penerimaan dari kekayaan seperti bunga, sewa dan dividen, serta pembayaran transfer seperti bantuan dari pemerintah seperti asuransi pengangguran atau tunjangan sosial. Menurut (Utami et al., 2015) Kemampuan daya beli seseorang dipengaruhi oleh besar kecilnya pendapatan seseorang.

2.2.4.4 Jumlah Tanggungan Keluarga

Berdasarkan undang-undang No. 36 tahun 2008, secara umum di definisikan bahwa jumlah tanggungan merupakan jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan sepenuhnya atau merupakan jumlah anggota keluarga yang tidak mempunyai penghasilan dan seluruh biaya hidupnya ditanggung oleh wajib pajak.

(Lestari 2016 dalam Safirah. W, 2022) berpendapat bahwa jumlah anggota keluarga dalam suatu rumah tangga dapat memengaruhi pengeluaran konsumsi rumah tangga tersebut karena terkait dengan perubahan tingkat kebutuhan. Jumlah tanggungan dalam rumah tangga akan mempengaruhi seberapa besar pengeluaran konsumsi karena terkait dengan perubahan tingkat kebutuhan.

Dapat disimpulkan bahwa jumlah tanggungan dalam sebuah keluarga merujuk pada seberapa banyak anggota keluarga yang terdaftar dalam kartu keluarga dan tidak memiliki pekerjaan atau penghasilan sendiri, yang akan memengaruhi tingkat konsumsi yang harus dikeluarkan oleh rumah tangga. Sebagai contoh, jika hanya ayah yang bekerja, maka ibu dan anak-anak menjadi tanggungan ayah.

2.2.4.5 Lama Mengonsumsi

Menurut (Lutfi, 2019) Konsumsi ialah aktivitas manusia dalam mengurangi ataupun menghabiskan nilai dari suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, baik secara bertahap maupun sekaligus. Jadi, lama mengonsumsi merupakan periode waktu seseorang sejak pertama kali mengonsumsi suatu barang atau jasa dalam pemenuhan kebutuhan.

Menurut (Sulistiyana et al, 2014) Lama konsumsi berpengaruh positif dan signifikan pada kesediaan membayar. Artinya lama mengonsumsi akan semakin meningkatkan kecenderungan kesediaan membayar. Lama mengonsumsi menunjukkan tingkat kepercayaan terhadap produk.

2.2.5 Contingent Valuation Method (CVM)

Metode CVM adalah suatu metode survei yang dimanfaatkan untuk menilai besarnya nilai suatu barang atau layanan bagi individu maupun masyarakat. CVM digunakan untuk menentukan sejumlah uang yang konsumen bersedia bayar (WTP). Metode Penilaian Kontingensi memungkinkan segala barang atau layanan yang mungkin tidak memiliki nilai ekonomi sebelumnya, menjadi memiliki nilai ekonomi yang dapat diukur melalui penggunaan model ini. (Priambodo & Najib, 2016)

Contingent Valuation Method (CVM) memiliki kelebihan dan kekurangan (Primo & García Rodríguez, 2016) Kelebihan dari penggunaan CVM, yaitu:

Metode Penilaian Kontingensi (CVM) memiliki keunggulan dan kelemahan tertentu. Beberapa keunggulan CVM meliputi:

1. Fleksibilitas dalam penggunaan yang memungkinkan penerapan pada berbagai jenis aset lingkungan, tidak hanya pada produk atau layanan yang

dapat diukur secara langsung di pasar.

2. Dapat digunakan dalam berbagai kondisi dan tujuan, termasuk dalam mengestimasi manfaat.
3. Kemampuan untuk menilai nilai yang melekat pada barang atau layanan yang tidak dimanfaatkan oleh responden.

Di sisi lain, terdapat kelemahan dalam penggunaan CVM, seperti:

1. Adanya bias strategi, yang terjadi karena sifat barang lingkungan yang sulit untuk dikecualikan (non-excludability) dalam pemanfaatannya, sehingga responden mungkin tidak jujur dalam memberikan informasi.
2. Adanya bias rancangan, yang melibatkan cara penyajian informasi, instruksi yang diberikan, serta jumlah & jenis informasi yang diberikan kepada responden.
3. Kemungkinan adanya kesalahan pasar hipotesis, yang terjadi ketika informasi yang disajikan kepada responden dalam konteks pasar hipotetis mengarah pada tanggapan yang berbeda dari konsep yang diinginkan. Dengan kata lain, CVM memiliki kelebihan dan kelemahan yang perlu diperhatikan dalam penggunaannya dalam menilai nilai lingkungan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kangkung hidroponik merupakan kangkung yang ditanam tanpa menggunakan pestisida atau pupuk kimia sintetis yang pembudidayaannya menggunakan air dan larutan nutrisi tanpa menggunakan tanah sebagai media tanam. Proses pertumbuhannya mengikuti standar hidroponik yang menekankan penggunaan bahan-bahan alami dan praktik-praktik ramah lingkungan. Kangkung adalah sayuran hijau yang kaya akan nutrisi seperti vitamin A, C, dan zat besi.

Kangkung mengandung serat, vitamin, dan mineral yang baik untuk kesehatan pencernaan, kulit, dan mata. Selain itu, kangkung juga rendah kalori.

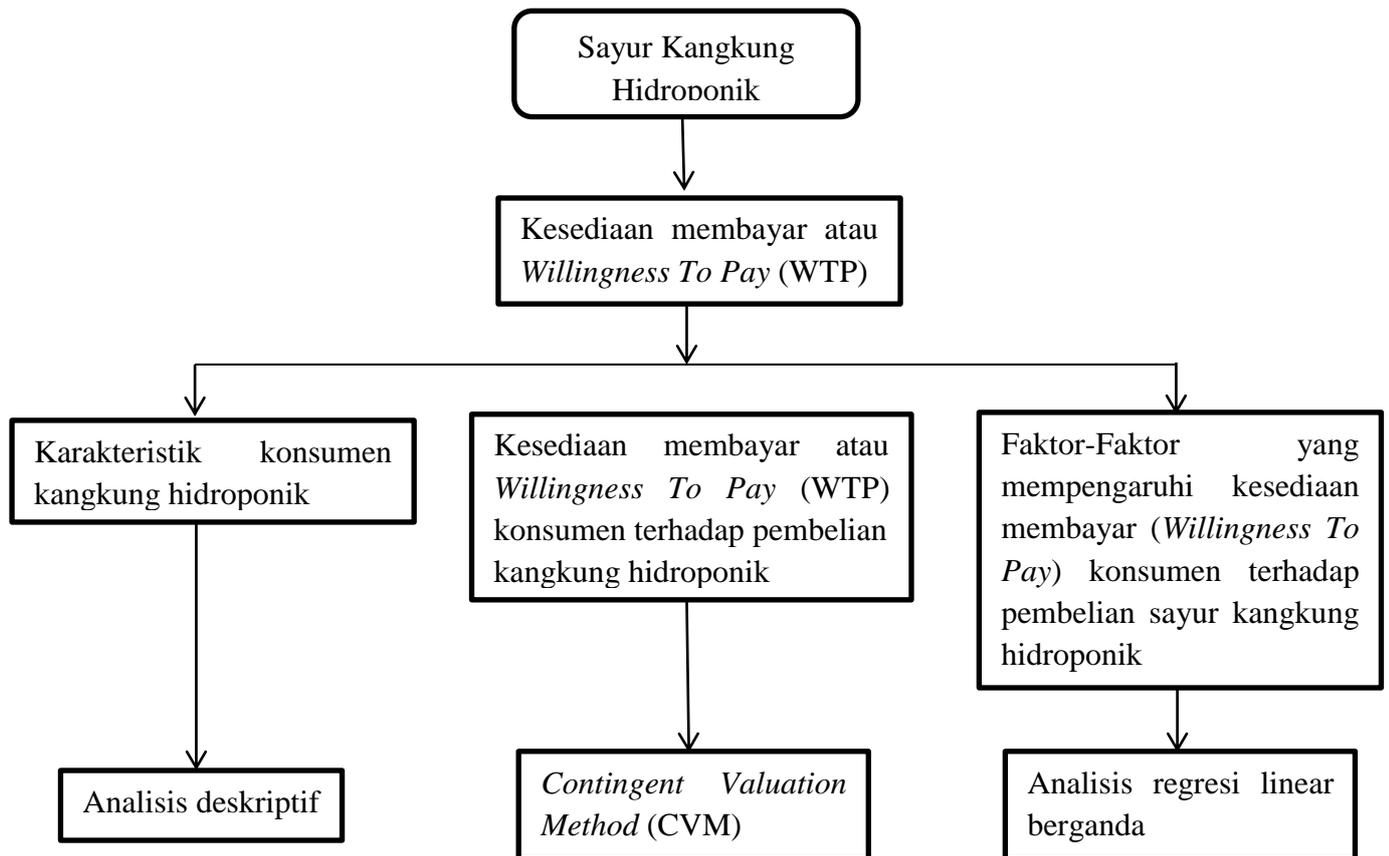
Meningkatnya kepedulian konsumen tentang kesehatan membuat kangkung hidroponik menjadi pilihan dalam mengkonsumsi sayuran. Kangkung hidroponik memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan harga kangkung biasa karena kangkung hidroponik bebas dari residu yang berbahaya terhadap tubuh manusia. Oleh karena itu, penelitian tentang kesediaan membayar (WTP) penting dilakukan untuk mendukung produsen dan pemasar menetapkan strategi pemasaran kangkung hidroponik. Pengukuran kesediaan membayar (WTP) dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui nilai maksimum yang bersedia dibayar oleh konsumen dari adanya peningkatan kualitas kangkung hidroponik.

Karakteristik konsumen kangkung hidroponik merujuk pada ciri-ciri atau sifat-sifat khusus dari individu atau kelompok yang cenderung memilih dan mengkonsumsi kangkung hidroponik. Karakteristik ini memberikan gambaran tentang siapa yang lebih mungkin memilih dan membeli kangkung hidroponik. Untuk mengetahui karakteristik konsumen kangkung hidroponik digunakan metode analisis deskriptif. Analisis ini membantu dalam menyusun gambaran yang rinci dan komprehensif tentang profil konsumen kangkung hidroponik.

Dalam menentukan nilai WTP digunakan *Contingent Valuation Method* (CVM) dengan teknik *bidding game*. *Contingent Valuation Method* (CVM) merupakan metode survei yang dilakukan dengan mewawancarai konsumen untuk menentukan harga maksimum yang bersedia dibayar oleh konsumen untuk mengkonsumsi kangkung hidroponik. *Bidding game* ialah teknik tawar-menawar dimana responden ditawarkan sejumlah harga tertentu hingga dicapai harga WTP

yang disepakati oleh konsumen untuk memperoleh kangkung hidroponik. Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi kesediaan membayar konsumen kangkung hidroponik dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Berdasarkan pada landasan teori dan kerangka pemikiran yang telah dibuat, hipotesis dalam penelitian ini yaitu : Diduga nilai WTP dipengaruhi oleh usia, tingkat pendidikan, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga dan lama mengkonsumsi.