

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Produk pangan terutama sayuran adalah sumber pokok penting bagi tubuh manusia karena mengandung vitamin, mineral, protein, maupun serat yang dapat bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Sayuran yang dibudidayakan secara organik dengan bahan alami yang lebih ramah lingkungan dapat disebut sebagai sayuran organik (Aini dan Azizah, 2018). Sayuran organik dapat menarik perhatian baik pada tingkat konsumen maupun pada tingkat produsen. Tujuan utama sayuran yang dibudidaya secara organik adalah untuk menyediakan bahan pangan yang aman untuk kesehatan konsumen serta menghindari penggunaan bahan – bahan kimia yang dapat merusak lingkungan. Sayuran organik bagi produsen juga sangat prospektif untuk dikembangkan, karena tingkat kesadaran masyarakat dalam mengonsumsi sayuran yang bebas bahan - bahan kimia sangat tinggi sehingga dapat menjadi peluang usaha yang menguntungkan (Hanani *et al.*, 2023).

Produk sayuran organik dapat mengalami peningkatan permintaan seiring dengan peningkatan daya beli masyarakat serta kesadaran terhadap kesehatan dan pencemaran lingkungan. Permintaan produk organik dapat meningkat 15-20% per tahun, yang mana dapat menandakan perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat di seluruh dunia, termasuk Indonesia (Sari, 2014). Peningkatan permintaan tersebut juga dipengaruhi oleh masyarakat yang ingin mengganti produk yang menggunakan bahan-bahan kimia dengan bahan alami yang lebih

aman untuk dikonsumsi (Fajria *et al.*, 2020). Perubahan pola hidup sehat kebanyakan terjadi di kota-kota besar, namun tidak dapat dipungkiri bahwa di sebagian masyarakat daerah juga telah beralih pada kehidupan yang lebih sehat. Produk sayuran organik diproduksi sesuai dengan standar sistem pangan organik seperti aman untuk dikonsumsi (*food safety attributes*), bahan baku pangan organik, nutrisi yang tinggi (*nutritional attributes*), bahan pendukung organik dan produk segar organik (Satria dan Yulfi, 2021).

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

Peralihan pertanian konvensional menjadi pertanian organik juga dapat menjadi tantangan bagi produsen di mana produktivitas usahatani pertanian organik cenderung rendah. Penggunaan pupuk organik dikhawatirkan produktivitas

tanaman akan cenderung rendah karena tanaman menurunkan hara dalam tanah tanpa pengembalian unsur hara dari pupuk yang memadai. Lahan bekas pertanian konvensional perlu mengalami periode konversi paling sedikit 2 tahun sebelum ditanam benih kembali, paling sedikit 3 tahun sebelum panen hasil pertama produk organik atau paling sedikit 12 bulan pada kasus tertentu (Badan Standarisasi Nasional, 2016). Produk sayuran organik memerlukan tenaga kerja yang lebih banyak sehingga biaya tenaga kerja untuk melakukan usahatani sayuran organik dapat 5,5 kali lebih besar dibandingkan dengan biaya tenaga kerja usahatani sayuran konvensional (Mayrowani, 2015). Distribusi sayuran organik juga sering kali membutuhkan rantai pasok baru seperti pada pasar modern, yang mana cenderung memiliki standar yang tinggi dalam tampilan produk sehingga dapat menambah biaya logistik. Maka dari itu, biaya – biaya yang dikeluarkan untuk produk sayuran organik tersebut membuat produsen mengharapkan balas jasa dengan meningkatkan harga produk sayuran organik.

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

kesehatan. Oleh karena itu, produsen dalam menetapkan harga jual perlu memperhatikan segmentasi pasar yang sesuai serta mengetahui berapa harga yang bersedia konsumen bayar untuk produk sayur organik.

Kesediaan membayar meliputi keinginan atau kerelaan konsumen dalam membayar harga yang telah ditentukan oleh penjual. Kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) pada dasarnya merupakan besarnya kemauan seseorang untuk membayar harga maksimum atas suatu barang atau jasa (Margareta, 2017). Kesediaan membayar dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, harga produk, kualitas produk, dan dampak bagi kesehatan. Keinginan untuk mengonsumsi produk pangan organik seperti sayuran organik yang cenderung mahal tergantung berdasarkan pola pikir konsumen mengenai manfaat sayur organik serta pendapatan tiap bulan yang dimiliki konsumen (Setiyawan *et al.*, 2024).

Produsen dalam meningkatkan keuntungan dan memberikan kepuasan konsumen perlu memperhatikan faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam kesediaannya membeli produk sayur organik (Rofiatin dan Bariska, 2018). Produk sayuran organik saat ini dapat dengan mudah dijumpai di pasar-pasar modern. Pasar modern memiliki fasilitas yang lebih modern serta dapat menyerap 50% produk organik. Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu kabupaten yang telah berkembang pesat sehingga pertumbuhan pasar modern telah banyak dijumpai dan diantaranya menjual sayuran organik (Rini *et al.*, 2023). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen tentang produk sayur organik di pasar modern Kabupaten Bandung Barat, menganalisis besarnya

nilai rata-rata WTP (*Willingness to Pay*) maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk produk sayur organik, dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen akan produk sayur organik.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis karakteristik konsumen sayur organik di pasar modern Kabupaten Bandung Barat.
2. Menganalisis besarnya nilai rata – rata WTP (*Willingness to Pay*) dan total WTP konsumen terhadap produk sayur organik di pasar modern Kabupaten Bandung Barat.
3. Menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap produk sayur organik di pasar modern Kabupaten Bandung Barat.

1.3. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Produsen, membantu memberikan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dalam penentuan strategi harga dan promosi yang tepat.
2. Bagi Peneliti, dapat menjadi referensi atau pembanding di masa mendatang terkait kesediaan membayar konsumen terhadap produk sayur organik dan faktor – faktor yang mempengaruhinya.