

I. PENDAHULUAN

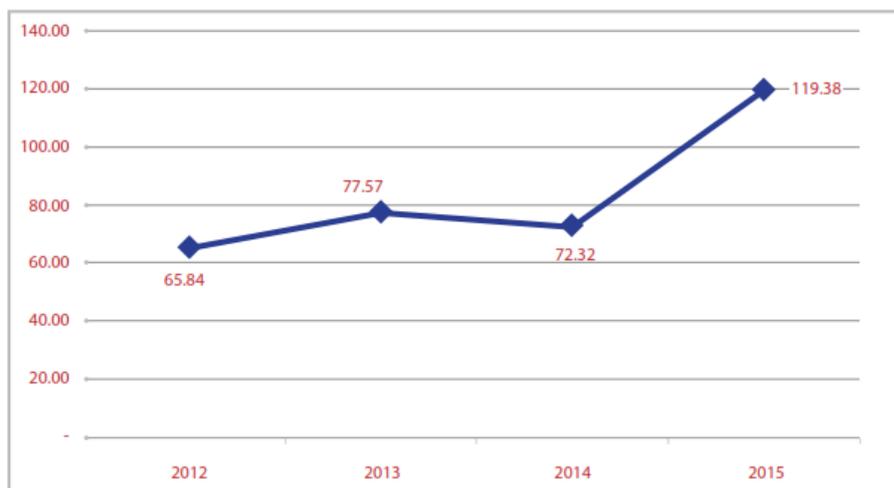
1.1. Latar Belakang

Zaman semakin berkembang dan segala sesuatu dituntut untuk cepat, tidak terkecuali dengan makanan. Dalam hal tersebut, masyarakat mengesampingkan hidup sehat dengan beralih pada pola hidup tidak sehat dan lebih memilih makanan cepat saji dibandingkan dengan makanan sehat lainnya, karena dinilai lebih menghemat waktu, lebih praktis dan mudah serta tidak membutuhkan waktu yang lama untuk memasaknya. Meskipun demikian, makanan cepat saji memiliki dampak buruk bagi kesehatan tubuh. Mengonsumsi makanan cepat saji sama halnya seperti memasukkan bakteri ke dalam tubuh (Safitri, 2018). Hal ini disebabkan karena kandungan tinggi lemak pada makanan cepat saji dapat memengaruhi sistem kekebalan tubuh seseorang, sehingga pola hidup tersebut dapat menyebabkan timbulnya penyakit yang berbahaya bagi tubuh. Berdasarkan Riset Kesehatan Dasar (2012) dalam Priambodo (2013), serangan jantung, obesitas, hipertensi, diabetes, dan kanker serta berbagai macam penyakit degeneratif lainnya menyebabkan kematian di Indonesia sebesar 60 persen.

Seiring berjalannya waktu, masyarakat semakin mengetahui dan mulai sadar akan bahaya yang ditimbulkan oleh makanan cepat saji seperti fast food dan mie instan. Saat ini masyarakat semakin bijaksana dalam mengonsumsi makanan dengan mulai merubah pola hidupnya lebih sehat. Saat ini gaya hidup sehat dengan slogan "*back to nature*" telah banyak bermunculan dan mendorong masyarakat untuk meninggalkan makanan berbahan baku kimia dan beralih ke pertanian organik.

Pertanian organik mengisyaratkan pada pertanian yang melibatkan campur tangan manusia yang lebih intensif untuk memanfaatkan lahan dan

berusaha meningkatkan hasil berdasarkan prinsip daur-ulang yang dilaksanakan sesuai dengan kondisi setempat (Sutanto, 2002). Pertanian Organik di Indonesia memiliki kecenderungan meningkat dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1.1 Perkembangan luas area pertanian organik Indonesia (2012- 2015) Sumber: SPOI 2016

Pada tahun 2012 luas lahan pertanian organik mencapai 65,84 Ha. Kemudian meningkat sebesar 77,57 Ha ditahun berikutnya. Pada tahun 2015 luasnya 119.379 Ha, meningkat 65% dari 2014 seluas 72.320,85 Ha. Semakin luas pertanian organik diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan pangan alami dan aman bagi kesehatan. Pertanian organik saat ini telah berkembang secara luas, baik dari sisi budidaya, sarana produksi, jenis produk, pemasaran, pengetahuan konsumen dan organisasi atau lembaga masyarakat yang memiliki minat pada pertanian organik. Tujuan utama pertanian organik adalah menyediakan produk-produk pertanian, terutama bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumennya serta tidak merusak lingkungan (Sutanto, 2002). Pertanian organik menghasilkan berbagai macam produk organik salah satunya adalah sayuran organik.

Sayuran organik lebih sehat dan ramah lingkungan karena tidak menggunakan zat-zat kimia seperti pupuk-pupuk kimia maupun pestisida dan

herbisida yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan pada jangka panjang. Produk pangan organik memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan produk pangan anorganik yaitu ramah lingkungan dan tidak membahayakan kesehatan konsumen (Novandari, 2011). Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan keamanan mengkonsumsi sayuran organik, menyebabkan kebutuhan dan permintaan akan sayuran organik di pasar semakin meningkat. Hal ini memicu para petani dan perusahaan agribisnis mulai membudidayakan sayuran organik untuk memenuhi permintaan tersebut (Isdiyanti, 2007).

Menurut Natasa (2015), perkembangan yang terjadi pada produsen dan komoditas organik disebabkan oleh pengaruh gaya hidup masyarakat sebagai konsumen yang mulai memperhatikan pentingnya kesehatan dan lingkungan hidup dengan menggunakan produk organik yang tidak menggunakan bahan-bahan kimia sintetis buatan. Salah satunya adalah dengan membeli *Green Product*. *Green Product* (produk yang berwawasan lingkungan) merupakan suatu produk yang dirancang dan diproses dengan suatu cara untuk mengurangi efek-efek yang dapat mencemari lingkungan, baik dalam produksi, pendistribusian dan pengkonsumsian. Perusahaan tentunya akan berlomba-lomba untuk menyatakan bahwa dirinya "*green*" agar menarik pembeli.

Surabaya merupakan salah satu kota besar yang masyarakatnya banyak beralih ke pangan organik dengan lebih mengonsumsi sayuran organik. Sayuran organik banyak dijumpai di beberapa pasar modern yang ada di Surabaya salah satunya di Super Indo, namun sangat jarang pasar tradisional yang menjual produk sayur organik. Tahun 2018 harga sayuran organik sebesar Rp. 7.990, dan tahun 2019 harganya naik menjadi Rp. 9.990. Perkembangan pembelian di Super Indo meningkat dari tahun 2018 yaitu sekitar 5 pack pada hari Jumat, Sabtu, dan Minggu. Harga sayur organik yang lebih mahal dibandingkan dengan

sayur non organik menjadi salah satu faktor penyebab penyebaran produk tidak merata. Meskipun saat ini banyak konsumen yang mencari produk pangan yang lebih sehat dan berkualitas baik untuk di konsumsi, produk pangan organik pada kenyataannya masih menghadapi masalah terkait dengan harga yang tinggi dan kurangnya saluran distribusi yang menyebabkan belum meratanya distribusi produk (Gil, Gracia, & Sanchez, 2000).

Pemasaran sayuran organik menjadi terkendala, karena persepsi masyarakat yang menganggap bahwa harganya mahal. Oleh karena itu, diperlukan informasi mengenai nilai maksimal yang bersedia dibayarkan konsumen. Informasi tersebut dapat mendukung perusahaan menerapkan strategi penetapan harga yang memadai bagi sayuran organik. Dari latar belakang tersebut peneliti mengambil judul "***Willingness To Pay Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Surabaya***".

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik sosiodemografis konsumen sayuran organik di Super Indo Surabaya?
2. Berapa harga *Willingness to Pay* yang bersedia dibayarkan oleh konsumen pada sayuran organik?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi *Willingness to Pay* konsumen sayuran organik di Super Indo Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi karakteristik sosiodemografis konsumen sayuran organik di Super Indo Surabaya
2. Menentukan harga *Willingness to Pay* konsumen pada sayuran organik di Super Indo Surabaya

3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Willingness to Pay* konsumen sayuran organik di Super Indo Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

1. Perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi pihak perusahaan mengenai *willingness to pay* sayuran organik dan menjadi bahan pertimbangan dalam menetapkan harga sayuran organik.
2. Pembaca, pihak institusi pendidikan, dan pihak lain yang berkepentingan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
3. Masyarakat, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk lebih mengenal produk sayuran organik serta membuka kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi sayuran organik.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik sosiodemografis konsumen sayuran organik, menentukan harga *Willingness to Pay* yang bersedia dibayar oleh konsumen, dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Willingness to Pay konsumen* sayuran organik. Komoditi yang diteliti dalam penelitian ini adalah kangkung, bayam, dan pakchoy. Penelitian ini dilakukan di dua lokasi yaitu Super Indo Merr dan Super Indo Rungkut pada bulan Januari sampai Februari 2019.