

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertanian organik merupakan sistem pertanian yang mengandalkan bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan kimia sintetis sehingga lebih ramah lingkungan. Pengelolaan pertanian organik didasarkan pada prinsip kesehatan, ekologi, keadilan, dan perlindungan (IFOAM, 2005). Prinsip kesehatan merupakan hal utama yang dinilai oleh sebagian besar konsumen terhadap produk organik. Berdasarkan penelitian Thio *et al.* (2008), persepsi konsumen mengenai makanan organik yang tertinggi adalah persepsi terhadap kesehatan, di mana makanan organik dianggap lebih bernutrisi dibandingkan makanan konvensional lainnya dan mampu meningkatkan daya tahan tubuh. Selain itu, hasil penelitian Aryal *et al.* (2009) menunjukkan bahwa konsumen menyatakan preferensinya terhadap produk organik karena alasan kesehatan, diikuti oleh rasa, penampilan, dan kesegaran yang baik.

Penggunaan bahan-bahan kimia sintetis pada kegiatan budidaya pertanian konvensional membawa dampak yang buruk bagi kesehatan manusia dan lingkungan. Residu kimia yang berasal dari penggunaan pupuk dan pestisida sintetis dapat mengendap dalam tubuh dan menyebabkan kerusakan syaraf serta mutasi genetik sehingga menimbulkan penyakit yang berbahaya bagi tubuh (Waskito *et al.*, 2014). Sedangkan pada pertanian organik, bahan-bahan kimia sintetis justru diminimalisir sehingga tidak menimbulkan residu kimia yang berbahaya bagi lingkungan sekitarnya. Di sisi lain, produk organik memiliki kandungan nutrisi yang lebih tinggi daripada produk konvensional, seperti serat, mineral (Mg dan Fe), vitamin C dan E, polifenol, dan antioksidan, sehingga produk organik lebih bermanfaat bagi tubuh (Faiza *et al.*, 2016).

Menurut Scialabba (2013), biaya produksi variabel yang dibutuhkan pada sistem pertanian organik, lebih rendah dibandingkan dengan produk konvensional, yaitu berkisar antara 10-20% untuk produk hortikultura. Hal tersebut dikarenakan rendahnya biaya penggunaan *input* sintetis dan irigasi. Sedangkan untuk biaya produksi tetap, produk organik membutuhkan biaya yang lebih tinggi dibandingkan produk konvensional, akibat adanya biaya sertifikasi dan kebutuhan investasi baru selama masa konversi. Meskipun total biaya yang dikeluarkan tetap lebih rendah

dibandingkan pertanian konvensional, harga jual produk organik lebih tinggi dibandingkan produk konvensional. Hal ini bertujuan untuk membayar risiko akibat hasil produksi yang berkurang dan sebagai apresiasi bagi produsen karena perhatiannya terhadap kelestarian lingkungan melalui sertifikasi organik. Menurut Abier (2015), adanya program sertifikasi ditujukan untuk meningkatkan pasar bagi atribut produk yang ramah lingkungan. Melalui program sertifikasi tersebut, produsen dapat mengetahui praktik budidaya seperti apa yang harus dilakukan dan dilarang sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Adanya label sertifikasi organik juga dapat meningkatkan integritas produk bagi konsumen.

FAO (2016) menambahkan bahwa mahalnnya harga produk organik dibandingkan dengan harga produk konvensional disebabkan oleh beberapa alasan, yaitu: (i) penawaran produk organik lebih rendah dibandingkan permintaannya; (ii) biaya produksi untuk tenaga kerja lebih tinggi karena jumlah *input* tenaga kerja lebih banyak; (iii) diversitas yang tinggi; dan (iv) rantai pemasaran yang tidak efisien. Penawaran produk organik yang lebih rendah dibandingkan permintaannya dikarenakan para produsen organik cukup kesulitan dalam mempertahankan kuantitas, kualitas, dan kontinuitas. Selama proses produksi, produsen organik membutuhkan jumlah *input* tenaga kerja yang lebih besar untuk persiapan dan manajemen pertanian organik dengan frekuensi yang lebih besar (Adamtey *et al.*, 2016). Akibatnya, biaya produksi untuk tenaga kerja menjadi lebih tinggi. Selain itu, jenis tanaman budidaya pada suatu lahan organik lebih banyak sehingga tingkat diversitasnya lebih tinggi. Hal ini menyebabkan luas area produksi untuk setiap jenis tanaman menjadi lebih kecil sehingga hasil produksi menjadi lebih rendah dibandingkan pertanian konvensional (Berentsen dan Van Asseldonk, 2016).

Mahalnnya harga produk organik tidak membuat permintaan produk ini rendah. Permintaan produk organik justru semakin meningkat akibat peningkatan kesadaran masyarakat terhadap makanan sehat. Berdasarkan hasil survei *Organic Trade Association* pada 2015, menunjukkan bahwa penjualan produk organik di Amerika Serikat pada tahun 2014 meningkat sebesar 11,3%, dengan total US\$39,1 milyar dari tahun sebelumnya. Peningkatan permintaan produk organik tersebut juga terjadi di Indonesia, namun sampai saat ini belum tersedia data mengenai

perkembangan permintaan konsumen terhadap produk organik. Meskipun begitu, peningkatan permintaan ini dapat dirasakan langsung oleh produsen sayuran organik di Indonesia, salah satunya CV. Kurnia Kitri Ayu *Farm* (KKAF), yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian organik. Perusahaan ini mengaku hanya dapat memenuhi 30% dari total permintaan konsumen sebesar 8,5 ton sayuran organik per bulan.

Variasi harga jual yang ditawarkan oleh KKAF kepada konsumen yang membeli secara langsung, bergantung pada komoditas sayuran. Sayuran organik tersebut dijual dengan kemasan 200 gram. Sebagian besar sayuran, seperti wortel, tomat, daun bawang, kangkung, bayam hijau, kacang panjang, sawi, dan buncis, dijual sebesar Rp. 5.000/kemasan. Sedangkan, harga pasar produk konvensional untuk komoditas tersebut berkisar antara Rp. 2.000-Rp. 3.000 per 200 gram. Jika dibandingkan dengan harga produk konvensional, harga jual yang ditawarkan KKAF lebih mahal daripada produk konvensional. Namun, harga jual oleh KKAF tersebut masih lebih rendah jika dibandingkan harga jual yang ditawarkan oleh swalayan, yang berkisar antara Rp. 10.000-Rp. 12.000 per 200 gram.

Adanya perbedaan harga yang cukup tinggi antara produk organik dan konvensional, tidak membuat konsumen yang memiliki kemampuan membeli dan sadar terhadap kesehatan, enggan untuk mengonsumsi produk organik. Konsumen tersebut bersedia untuk membayar dengan harga premium karena memperoleh manfaat tambahan bagi kesehatan tubuh dan lingkungan. Namun dengan adanya peluang tersebut, produsen organik, seperti CV. Kurnia Kitri Ayu *Farm*, tidak dapat menentukan harga yang terlalu tinggi demi memperoleh keuntungan yang besar. Apabila produsen ingin meningkatkan harga jualnya akibat adanya peningkatan kualitas produk dan pelayanan yang juga diikuti peningkatan biaya, maka produsen perlu mengetahui seberapa besar nilai maksimal kesediaan membayar konsumen terhadap produk organik tersebut. Hal ini dikarenakan konsumen memiliki batasan kesediaan untuk membayar premium.

Setiap golongan konsumen yang memiliki karakteristik yang sama cenderung memiliki sikap kesediaan membayar yang sama pula. Hasil penelitian Gil *et al.* (2001) menunjukkan bahwa segmentasi *unlikely consumers*, yang merupakan konsumen dengan potensial konsumsi yang rendah karena kurangnya kesadaran

terhadap kesehatan, memiliki nilai WTP mendekati nol. Sedangkan, *likely consumers*, yang merupakan konsumen dengan pembelian produk organik secara tidak berkala, menunjukkan sikap positif terhadap produk organik dan bersedia untuk membayar premium demi manfaat yang diperoleh. Sikap yang sama juga ditunjukkan oleh *organic food consumers*, yang merupakan konsumen yang membeli produk organik secara berkala dan sadar terhadap kesehatan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka fokus penelitian ini adalah kesiediaan membayar (*willingness to pay/WTP*) oleh konsumen terhadap produk sayuran organik CV. Kurnia Kitri Ayu Farm. Nilai WTP tersebut akan diperoleh dengan menggunakan *Contingent Valuation Method (CVM)* dengan kombinasi *dichotomous choice* dan *bidding game*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi produsen untuk menentukan harga produk organik agar sesuai dengan kesiediaan membayar konsumen. Pelanggan yang sebelumnya telah membeli produk KKAFF diharapkan akan tetap mampu membeli produk tersebut meskipun harga yang ditawarkan mengalami kenaikan. Selain itu, hal tersebut juga akan memberikan peluang bagi konsumen lain yang belum pernah membeli produk KKAFF, untuk memutuskan membeli produk KKAFF karena harga yang ditawarkan masih dapat dijangkau. Apalagi kualitas produk dan pelayanan yang ditawarkan telah mengalami peningkatan, sehingga dapat menarik minat konsumen lain untuk membeli.

1.2. Rumusan Masalah

Produk organik memiliki kualitas dan kandungan nutrisi yang berbeda dibandingkan produk konvensional. Hal tersebut diakibatkan karena adanya perbedaan pada sistem pertaniannya. Pertanian organik memadukan praktik mekanis, biologi, dan budaya dengan menerapkan siklus daur ulang sumber daya yang ada di lahan, serta menjaga keseimbangan ekologi dan biodiversitas (USDA, 2015). Penggunaan bahan-bahan kimia sintetis yang ada di dalam bahan *input* produksi, seperti pada pertanian konvensional, sangat diminimalisir pada sistem pertanian organik. Produk yang dihasilkan dari sistem pertanian organik memiliki kandungan residu kimia sintetis yang lebih rendah dibandingkan produk konvensional dan memiliki kandungan nutrisi yang lebih tinggi (Faiza *et al.*, 2016).

Adanya manfaat tambahan pada produk organik, membuat harga produk organik lebih mahal daripada produk konvensional. Namun, tidak semua konsumen yang sadar akan kesehatan dan lingkungan bersedia untuk membayar dengan harga premium tersebut. Kesiapan konsumen untuk membayar premium ini bersifat personal karena dipengaruhi oleh karakteristik konsumen (Ameriana, 2006). Penelitian Muhammad *et al.* (2015) menghasilkan bahwa karakteristik konsumen yang mempengaruhi kesiapan membayar (WTP) tersebut adalah usia, kebangsaan, pendidikan, pendapatan bulanan, dan jumlah anggota keluarga. Sedangkan, penelitian Owusu dan Anifori (2013) menghasilkan bahwa karakteristik sosiodemografis konsumen yang mempengaruhi WTP, yaitu pendidikan, pendapatan, dan adanya anak berusia <15 tahun di keluarga. Hasil yang menunjukkan kesamaan pada kedua penelitian tersebut adalah bahwa konsumen dengan tingkat pendidikan dan pendapatan yang tinggi cenderung memiliki kesiapan membayar yang tinggi pula terhadap produk organik dengan harga premium. Meskipun konsumen dengan karakteristik tertentu bersedia untuk membayar premium, namun hasil penelitian Muljaningsih (2011) menyatakan bahwa konsumen mengharapkan harga yang terjangkau bagi golongan ekonomi menengah ke bawah. Hal ini membuktikan bahwa golongan konsumen yang sadar terhadap makanan yang menyehatkan tidak datang dari kalangan menengah ke atas saja.

CV. Kurnia Kitri Ayu *Farm* (KKAF) merupakan salah satu produsen organik yang berlokasi di Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur. Produk KKAF telah didistribusikan ke beberapa swalayan di Surabaya dan Bali. Sedangkan untuk daerah Malang, perusahaan ini dapat melayani konsumen secara langsung sehingga harga jual yang diberikan jauh lebih murah dibandingkan harga jual di swalayan. Konsumen yang membeli langsung ke pihak KKAF dapat membeli produk dengan harga jual sebesar Rp. 20.000/kg untuk komoditas kangkung, sawi, pakcoy, dan lain-lain. Sedangkan, harga jual komoditas tersebut di swalayan dapat mencapai Rp. 50.000/kg. Menurut hasil wawancara peneliti dengan pemilik perusahaan, perbedaan harga tersebut dikarenakan dengan menjual langsung ke konsumen, maka saluran distribusi yang cukup panjang dapat diputus sehingga menjadi lebih pendek. Saluran distribusi yang cukup panjang menyebabkan margin antara

produsen dengan konsumen menjadi cukup besar karena adanya pihak distributor dan swalayan.

Meskipun pihak KKAF telah memberi kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh produk organik dengan harga jual yang lebih rendah, namun tidak semua konsumen bersedia untuk membayar dengan harga tersebut. Hal ini tentu saja akan menjadi kendala bagi produsen untuk meningkatkan harga jualnya apabila produsen ingin meningkatkan kualitas produknya. Selain itu, biaya produksi juga tidak selamanya tetap dan apabila biaya produksi meningkat, maka untuk menutupi biaya tersebut, produsen akan meningkatkan harga jualnya. Namun, setiap golongan konsumen dengan kondisi tertentu pasti memiliki batasan kesediaan membayar (WTP) yang berbeda-beda. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Berapa estimasi harga yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk sayuran organik CV. Kurnia Kitri Ayu *Farm*?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kesediaan membayar (WTP) oleh konsumen terhadap sayuran organik CV. Kurnia Kitri Ayu *Farm*?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan agar penelitian dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dari masalah. Adapun batasan masalah yang ditetapkan pada penelitian ini, yaitu:

1. Harga yang dijadikan acuan dalam penentuan nilai tawaran WTP yaitu sayuran organik CV. Kurnia Kitri Ayu *Farm* yang memiliki harga jual sebesar Rp. 5.000 per kemasan 200 gram, antara lain wortel, tomat, daun bawang, kangkung, bayam hijau, kacang panjang, sawi, dan buncis.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menentukan estimasi harga WTP konsumen terhadap sayuran organik CV. Kurnia Kitri Ayu *Farm*.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi WTP konsumen terhadap sayuran organik CV. Kurnia Kitri Ayu *Farm*.

1.5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi berbagai pihak di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai WTP konsumen dan produk organik, serta sebagai media untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dalam menentukan harga produk organik sesuai dengan kesediaan konsumen.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dalam mengembangkan pertanian organik di Indonesia.
4. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan menjadi sumber informasi bagi penelitian selanjutnya.

