

**KESEDIAAN MEMBAYAR LEBIH TERHADAP BERAS ORGANIK DI
TRANSMART ICONMALL GRESIK***Availability To Pay More For Organic Rice At Transmart Iconmall Gresik*

Arinda Dwi Nellasari, Sigit Dwi Nugroho, Eko Nurhadi
Jurusan Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya No. 1 Gunung Anyar, Kecamatan Gunung Anyar, Surabaya
E-mail : Arinda@gmail.com

SUBMITTED 12 Oktober 2020, **REVISED** 13 November 2020, **ACCEPTED** 27 November 2020

ABSTRACT

Public awareness of a healthy lifestyle makes organic products in great demand, including organic rice. The willingness to pay consumers for a good or service is determined by the desire of each individual or household who tries to maximize is utility with certain income and will determine the amount of demand for goods or services to be consumed. Therefore, it is necessary to do research on the factors that affect the willingness to pay consumers for organic rice. The research was conducted at Iconmall Gresik Transmart. The sample of this research was 40 people with the criteria that they had bought at least once organic rice products and were at least 17 years old. The data used in this research include primary data and secondary data. Data analysis used is contingent valuation analysis. The results showed that organic rice consumers are willing to pay more for all types of organic rice brands sold on Iconmall Gresik Transmart, where the total average for the type of Hotel Beras Kepala Super brand is Rp 33.214,286, Pure Green Pandan Wangi is Rp 41.444,445, Hotel Beras Merah Premium is Rp 36.181,817, dan Tropicana Slim Panino is Rp 39.096,001.

Keywords : Willingness, pay, organic rice, consumer.

INTISARI

Kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat menjadikan produk organik saat ini banyak diminati, termasuk beras organik. Kesiediaan membayar konsumen pada suatu barang atau jasa ditentukan oleh keinginan pada setiap individu maupun rumah tangga yang berusaha untuk memaksimalkan utilitasnya dengan pendapatan tertentu dan akan menentukan jumlah permintaan barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai nilai kesiediaan membayar konsumen terhadap beras organik. Penelitian dilakukan di Transmart Iconmall Gresik. Sampel yang diteliti sebanyak 40 orang dengan kriteria pernah membeli minimal satu kali produk beras organik dan berusia minimal 17 tahun. Analisis data yang digunakan yakni analisis contingent valuation method. Hasil penelitian menunjukkan konsumen beras organik bersedia membayar lebih terhadap semua jenis merek beras organik yang dijual di Transmart Iconmall Gresik, dimana total rata-rata untuk jenis merek Hotel Beras Kepala Super sebesar Rp 33.214,286, Pure Green Pandan Wangi sebesar Rp 41.444,445, Hotel Beras Merah Premium sebesar Rp 36.181,817, dan Tropicana Slim Panino sebesar Rp 39.096,001.

Kata kunci : Kesiediaan, membayar, beras organik, konsumen.

PENDAHULUAN

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat dan kelestarian lingkungan mendorong peningkatan permintaan masyarakat terhadap sumber pangan sehat, termasuk di dalamnya beras organik. Pemerintah Indonesia telah mencanangkan program *Go Organik* sejak tahun 2010 lalu untuk mempercepat terwujudnya pembangunan agribisnis berwawasan lingkungan (*ecoagribusiness*). Program ini berorientasi pada pasar yakni berusaha memenuhi keinginan pasar, dimulai dari bawah ke atas. Salah satu kegiatannya adalah memasyarakatkan pertanian organik kepada konsumen, petani, pelaku pasar serta masyarakat luas (Widiastuti, 2004).

Salah satu hasil pertanian yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat adalah beras. Indonesia memproduksi beras sekitar 31 juta ton beras setiap tahun dan mengkonsumsi sedikit diatas tingkat produksi tersebut. Beras bagi kehidupan bangsa Indonesia memiliki arti yang sangat penting. Dari jenis bahan pangan yang dikonsumsi, beras memiliki urutan yang pertama. Hampir seluruh penduduk Indonesia menjadikan beras sebagai bahan pangan utama. Beras merupakan nutrisi penting dalam struktur pangan, karena itu peranan beras memiliki peranan dalam penentuan pola konsumsi masyarakat Indonesia (Elfrida *dkk*, 2013). Salah satu yang dilakukan oleh masyarakat dalam menerapkan gaya hidup organik di Indonesia yaitu dimulai dengan mengkonsumsi beras organik. Beras organik merupakan salah satu produk pertanian organik yang sekarang ini mulai dikembangkan oleh petani dengan menghasilkan berbagai varietas beras organik. Jika dibandingkan dari produknya, beras organik dan anorganik sangat berbeda. Beras organik ditanam dengan aplikasi pupuk organik dan ramah terhadap lingkungan sedangkan beras anorganik dibudidayakan dengan menggunakan pupuk kimia dan pestisida (Ratih *dkk*, 2013).

Harga penjualan beras organik relatif lebih mahal dibandingkan dengan beras non organik. Harga beras organik yang relatif mahal tersebut menimbulkan daya tarik tersendiri bagi konsumen kelas tertentu yang kemudian mengubah pola konsumsi berasnya dari beras yang dibudidayakan secara anorganik ke beras organik, sehingga daya tarik dan popularitas beras yang diusahakan secara anorganik berkurang bagi konsumen kelas tertentu. Penjualan beras organik pun masih dikatakan terbatas karena hanya tersedia di tempat-tempat tertentu seperti di pasar-pasar modern (Tria R, 2015).

Willingness to Pay atau keinginan untuk membayar merupakan jumlah maksimal yang dapat dibayarkan seorang konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Kesiediaan membayar konsumen pada suatu barang atau jasa ditentukan oleh keinginan pada setiap individu maupun rumah tangga yang berusaha untuk memaksimalkan

utilitasnya dengan pendapatan tertentu dan akan menentukan jumlah permintaan barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Salah satu cara memaksimalkan utilitas dengan mengubah pola konsumsi makanan. Saat ini pola konsumsi masyarakat mulai berubah dari pola hidup tidak sehat menjadi pola hidup sehat dengan cara mengkonsumsi makanan yang bebas dari zat kimia, karena seringkali masyarakat menganggap bahwa makanan sehat mahal maka perlu diketahui Kesiediaan Membayar Konsumen terhadap makanan sehat tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai nilai kesiediaan membayar konsumen terhadap beras organik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di salah satu pasar modern Gresik yakni Transmart Iconmall Gresik. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 40 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*, Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis *contingent valuation method*. Menurut Anwar (2016) dalam penelitiannya dinyatakan bahwa tahap operasional yang dilakukan untuk mendapatkan nilai *Willingness to Pay* antara lain yaitu :

1. Membangun Pasar Hipotetis (*Setting Up the Hypothetical Market*)

Pasar hipotesis ini pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui sejauh mana responden mengkonsumsi suatu produk serta seberapa pentingnya perusahaan mengetahui minat konsumen terhadap jenis produk tersebut (Akhlima, 2012).

2. Penentuan Besarnya Nilai WTP

Terlebih dahulu perlu mengetahui nilai penawaran (nilai lelang) suatu produk. Nilai lelang bisa didapatkan melalui survei yang dilakukan secara langsung dengan kuesioner, wawancara melalui telepon, maupun lewat surat. Tujuan survei ini adalah untuk mendapatkan nilai yang bersedia dibayar responden terhadap suatu barang (Akhlima, 2012).

3. Menghitung Rataan WTP

Tahap berikutnya adalah menghitung nilai rata-rata WTP setiap individu. Nilai ini dihitung berdasarkan nilai lelang (*bid*) yang diperoleh pada tahap penentuan besarnya nilai WTP. Perhitungan ini biasanya didasarkan pada nilai *mean* (rata-rata) dan nilai *median* (tengah). Memperkirakan nilai rata-rata responden yang bersedia membayar dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut ini :

$$EWTP = \sum_{i=1}^n W_i(P_i)$$

Dimana :

EWTP : Dugaan rata-rata nilai WTP

Wi : Nilai WTP ke-i

n : Jumlah responden i

i : Responden ke-I yang bersedia membayar (1,2,.....,n)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Membangun Pasar Hipotesis (*Setting Up the Hypothetical Market*)

Dalam membangun hipotesis responden terhadap beras organik, terlebih dahulu peneliti perlu mengetahui merek dari produk beras organik yang dibeli oleh konsumen.

Tabel 1. Ragam Merek Beras Organik yang Dibeli oleh Responden di Transmart Gresik

No.	Jenis Beras	Merek	Harga (Rp/Kg)
1	Beras Kepala Super	Hotel	30.500
2	Beras Merah Premium		33.500
3	Organik Pandan Wangi	Pure Green	39.500
4	Panino	Tropicana Slim	36.500

Sumber : Data Primer, 2020

Berdasarkan Tabel 1. di atas, hipotesa yang peneliti ingin bangun terhadap responden adalah bahwa yang bersangkutan memilih untuk mengkonsumsi beras organik dikarenakan produk tersebut baik dan layak, diproduksi dengan benih, lahan serta perlakuan khusus secara organik tanpa kandungan kimiawi, dikemas dengan teknologi yang modern dan dipasarkan berdasarkan kualitasnya yang unggul serta kandungannya yang sangat bermanfaat. Selain itu, produk beras organik memiliki kelebihan khusus salah satunya kelebihan dalam kesehatan yang aman dikonsumsi oleh konsumen dengan riwayat penyakit tertentu dan tidak berindikasi pada berkurangnya asupan energi bagi tubuh. Pada penelitian ini, pasar hipotetik dibentuk atas dasar pentingnya konsumsi beras organik bagi kesehatan tubuh dan lingkungan. Situasi hipotetik juga digambarkan dengan penjelasan mengenai pemahaman terhadap pasar dan produk beras organik kepada responden. Berikut gambaran pasar hipotetisnya :

“Kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan hidup dan hidup sehat terus meningkat. Produk organik menjadi alternatif dalam mengurangi kerusakan lingkungan. Beras 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. Meskipun beras organik memiliki harga yang mahal, namun membeli beras organik sama halnya menghindari penyakit degeneratif dan sekaligus berkontribusi dalam upaya pelestarian lingkungan.”

2. Penentuan Besarnya Nilai WTP (*Obtaining Bids*)

Responden diberikan pertanyaan seputar jenis produk beras organik yang dibelinya, pertanyaan yang diberikan secara berulang-ulang mengenai keinginan

membayar responden dengan jumlah tertentu sampai mendapatkan nilai maksimum yang ingin dibayarkan untuk harga jenis produk beras organik. Nilai awal (Starting Point) yang digunakan adalah harga pembelian sebelumnya, lalu responden yang memutuskan sendiri harga pembelian paling maksimal yang dapat mereka bayar (Akhlima, 2012). Penentuan nilai lelang pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *Open Ended Question* dimana responden diberikan pertanyaan tentang berapa kesediaan membayar maksimum yang bersedia dibayarkan oleh responden dari harga awal yang telah ditetapkan perusahaan. Responden memiliki kebebasan untuk menyatakan nilai moneter yang ingin dibayarkan. Pertanyaan tersebut nantinya memperoleh jawaban dengan angka yang bervariasi.

3. Menghitung Dugaan Nilai Rataan WTP (*Estimating Mean WTP*)

Dugaan nilai rata-rata WTP responden pada studi kasus di Transmart Iconmall Gresik terhadap jenis/merek beras organik diperoleh berdasarkan nilai WTP yang didapatkan dari responden.

Tabel 2. Nilai Rataan *Willingness to Pay* Jenis/Merek Beras Organik yang dibeli oleh Responden di Transmart Iconmall Gresik

No.	Jenis/ Merek	Harga (Rp/Kg)	Σ EWTP (Rp/Kg)
1	Hotel Beras Kepala Super	30.500	33.214,286
2	Hotel Beras Merah Premium	33.500	36.181,817
3	Pure Green Organik Pandan Wangi	39.500	41.444,445
4	Tropicana Slim Panino	36.500	39.096,001

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Hasil nilai rata-rata WTP responden untuk beras organik menunjukkan bahwa terdapat 4 jenis merek beras organik yang mendominasi penjualan dari keseluruhan responden yang bersedia membayar beras organik pada nilai di atas harga pembelian. Beras organik dengan harga pembelian tertinggi terdapat pada jenis merek Pure Green Pandan Wangi dengan jumlah responden sebanyak 9 responden yaitu sebesar Rp 39.500 per kg. Sedangkan harga pembelian terendah terdapat pada jenis merek Hotel Beras Kepala Super dengan jumlah responden sebanyak 14 responden yaitu sebesar Rp 30.500 per kg. Tinggi rendahnya harga pembelian beras organik diikuti dengan tinggi rendahnya nilai rata-rata WTP yang didapatkan. Berdasarkan Tabel 22 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata WTP tertinggi yaitu merek PURE GREEN Pandan Wangi sebesar Rp 41.444,445 per kg dengan harga beras Rp 39.500 per kg. Hal ini disebabkan karena harga beras yang tinggi dari Transmart untuk merek beras tersebut. Sedangkan, nilai rata-rata WTP terendah yaitu merek Hotel Beras Kepala Super sebesar Rp 33.214,286 per kg. Hal ini disebabkan karena harga beras merek tersebut bernilai lebih kecil dibandingkan beras lainnya sehingga rata-ratanya yang didapat relatif rendah. Dari total nilai rata-rata keseluruhan responden, maka dapat disimpulkan bahwa nilai WTP yang besar dan jumlah responden yang banyak menghasilkan nilai rata-rata yang besar pula, begitupun sebaliknya. Dari total

keseluruhan responden WTP (*willingness to pay*) cenderung mengkonsumsi jenis beras organik yang bervariasi. Sehingga nilai rata-rata WTP yang telah dihitung didasarkan pada nilai WTP yang didapatkan dari jenis produk beras organik masing-masing responden.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penetapan *Willingness to Pay* responden memperlihatkan seberapa besar kesediaan responden dalam mengeluarkan biaya terhadap suatu produk pangan berlabel premium di atas harga produk pangan biasa lainnya. Keterwakilan nilai WTP yang didapatkan menggambarkan karakteristik individual konsumen yang dikelompokkan dalam segmentasi pasar konsumen. Eksistensi konsumen beras organik dan nilai kesediaan membayarnya dapat dijadikan sebagai *critical point* pemasaran beras organik di kota Gresik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Konsumen beras organik bersedia membayar lebih terhadap semua jenis merek beras organik yang dijual di Transmart Gresik. Total rata-rata untuk jenis merek Hotel Beras Kepala Super sebesar Rp 33.214,286, Pure Green Pandan Wangi sebesar Rp 41.444,445, Hotel Beras Merah Premium sebesar Rp 36.181,817, dan Tropicana Slim Panino sebesar Rp 39.096,001.

Saran

Apabila Transmart Iconmall Gresik dapat meningkatkan kualitas beras organik dan pelayanannya, maka dapat membuat biaya juga ikut meningkat, maka sebaiknya pihak Transmart Iconmall Gresik menyesuaikan pembentukan harga baru dengan harga jual yang bersedia dibayarkan oleh konsumen pada setiap jenis merek beras organik. Upaya tersebut bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dari sebelumnya bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aklima, D. 2012. *Analisis Kesediaan Membayar (Willingness to Pay) Beras Analog di Serambi Botani, Botani Square Bogor. Skripsi*. Institut Pertanian Bogor.
- Anwar, M. 2016. *Tingkat Preferensi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Beras di Sulawesi Selatan*. Skripsi Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Hasanuddin Makassar
- Elfrida, Norah, 2013. *Tingkat Konsumsi dan Pola Konsumsi Beras Masyarakat di Kota Medan*.
- Ratih Pravita, dkk. 2013. *Persepsi Konsumen terhadap Beras Organik dan Anorganik di Tolo Satvika Boga Sanur Denpasar*. Jurnal Ilmiah PS Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Udayana. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata, ISSN;2301-6523 Vol.2, No.2.

- Rosana Dewi, Tria dan Libria Widiastuti. 2015. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Beras di Kota Surakarta*. Fakultas Pertanian Universitas Islam Batik Surakarta. Agronomika Vol 10, No.02 Agustus 2015 – Januari 2016.
- Sugiyono. 2004. *“Metode Penelitian Bisnis”*. Pusat Bahasa Depdiknas. Bandung.
- Widiastuti, S. 2004. *Go Organik 2010. Berita Pertanian Organik*. Retrived October 5th 2016, from <http://go-organik2010/beritapertanian/91887/organic>.
- Yakin. 199s7. *Ekonomi Sumberdaya dan Lingkunga*. Akademi Presindo. Jakarta.