

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (WILLINGNESS TO PAY) PRODUK BERAS ORGANIK “SUKMA HUTABOHU” DI KELOMPOK TANI LAMUTA KLASTER III

ANALYSIS OF WILLINGNESS TO PAY FOR ORGANIC RICE PRODUCTS “SUKMA HUTABOHU” IN LAMUTA CLUSTER III FARMERS GROUP

Muhammad Abrar Panigoro¹⁾, Amir Halid²⁾, dan Yanti Saleh³⁾

^{1), 2), 3)} Universitas Negeri Gorontalo, Jln. Prof. Ing. B.J. Habibie, Moutong, Bone Bolango
96554

E-mail: abrarpanigoro5@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harga yang bersedia dibayarkan oleh konsumen terhadap produk beras organik “sukma hutabohu” Kelompok Tani Lamuta Klaster III. Pengambilan sampel menggunakan *Snowball Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Jenis dan sumber data penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah *Contingent Valuation Method* (CVM) dengan 3 tahap operasional yaitu membangun pasar hipotesis, menentukan nilai lelang dan menghitung rata-rata nilai WTP. Hasil penelitian menunjukkan sebanyak 50 responden bersedia membayar lebih untuk 1 kg produk beras organik, sedangkan sebanyak 10 responden tidak bersedia membayar lebih. Nilai WTP produk beras organik diperoleh Rp. 19.913/kg dan menunjukkan lebih tinggi dari harga yang berlaku di kelompok tani lamuta yaitu Rp. 15.000/kg.

Kata Kunci: Beras Organik; Kelompok Tani Lamuta Klaster III; Kesiediaan Membayar

ABSTRACT

This study aims to determine the price that consumers are willing to pay for organic rice products “sukma hutabohu” Lamuta Cluster III Farmers Group. Snowball sampling was used with a sample size of 60 respondents. Types and sources of research data using primary data and secondary data. The data analysis method used is the Contingent Valuation Method (CVM) with 3 operational stages, namely building a hypothetical market, determining the auction value and calculating the average WTP value. The results showed that 50 respondents were willing to pay more for 1 kg of organic rice products, while 10 respondents were not willing to pay more. The WTP value of organic rice products was obtained at Rp. 19,913/kg and showed higher than the prevailing price in the lamuta farmer group of Rp. 15,000/kg.

Keywords: Organic Rice; Lamuta Cluster III Farmer Group; Willingness to Pay

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan salah satu sektor prioritas dalam pembangunan nasional yang berkelanjutan di negara agraris. Sektor pertanian menjadi kunci pembuka bagi keberhasilan ketahanan pangan, pertumbuhan ekonomi, perkembangan sosial budaya, kelestarian lingkungan, stabilitas dan keamanan. Pembangunan sektor pertanian sangat bergantung pada

Panigoro, M.A., Halid, A., & Saleh, Y. (2024). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Produk Beras Organik “Sukma Hutabohu” Kelompok Tani Lamuta Klaster III. *Jurnal Sains Agribisnis*, 4(2), 141-150.

kualitas sumber daya manusia yang terlibat (Mursalat, 2022). Ketergantungan masyarakat tinggi terhadap keberadaan pertanian. Pertanian melekat dalam kehidupan masyarakat petani di pedesaan. Ragam kegiatan pertanian ditekuni oleh petani sehingga menjadi bagian penting yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat di pedesaan agraris (Dumasari, 2020:1).

Salah satu hasil pertanian yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat adalah beras. Indonesia memproduksi beras sekitar 31 juta ton beras setiap tahun dan mengkonsumsi sedikit di atas 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 (Silalahi et al., 2014:3).

Beras organik dihasilkan dari tanaman padi dari varietas yang belum mengalami persilangan, rekayasa genetika maupun terpapar zat kimia dalam proses penyuburannya. Ada banyak komunitas yang menggalakkan konsumsi beras organik ini. Salah satu komunitas tersebut adalah Komunitas Organik Indonesia atau sering disingkat KOI. Beras organik ini diklaim membawa manfaat yang lebih besar daripada beras-beras pada umumnya yang mungkin diproduksi dari benih varietas yang sudah mendapatkan rekayasa genetika maupun hal-hal yang kurang baik bagi kesehatan. Jenis beras organik dibagi dalam varian warna. Adapun warna dari beras organik adalah putih, merah, hitam dan coklat. Masing-masing warna memiliki kekhasannya sendiri dari jenis atau varietasnya dan juga dari segi manfaat (Abadi & Herwin, 2019:2).

Kesadaran konsumsi pangan masyarakat Indonesia semakin bergeser menuju konsumsi pangan yang lebih memerhatikan lingkungan dan kesehatan. Sebagian masyarakat Indonesia mulai memahami prinsip "*Back To Nature*" atau kembali ke alam dengan mengkonsumsi pangan non kimia dan ramah lingkungan. Pembangunan pertanian tidak hanya bertujuan meningkatkan kesejahteraan petani tetapi juga selaras dengan isu "Back to Nature," yang mempengaruhi eksistensi tanaman dengan pendekatan pertanian berkelanjutan (Mursalat & Haryono, 2023). Salah satu produk pangan yang dianggap ramah lingkungan dan memiliki persepsi kesehatan oleh masyarakat yaitu beras organik. Beras organik lebih sehat dan aman untuk dikonsumsi. Beras organik merupakan beras yang bebas dari bahan kimia yang ada pada pupuk, pestisida, hormon, dan obat-obatan (Dewi et al., 2023:46).

Pola konsumsi masyarakat Gorontalo, dewasa ini telah berubah seiring dengan berkembangnya zaman yang lebih memperhatikan apa yang mereka konsumsi. Beras organik merupakan pangan yang alami tidak mengandung bahan kimia dan juga membantu menjaga kesehatan masyarakat dan juga lingkungan sekitar. Kelompok Tani Lamuta adalah kelompok yang bergerak di bidang pertanian organik dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas petani dalam pertanian organik, mengembangkan usaha pertanian ramah lingkungan, serta mampu mendorong pertanian sehat di Provinsi Gorontalo. Salah satu produk unggulan dari kelompok ini yaitu Beras Organik "Sukma Hutaboh".

Kelompok Tani Lamuta mampu memproduksi beras organik hingga mencapai 4-5 ton per hektar dengan luas lahan tanam organik 2 hektar, namun minat beli masyarakat terhadap beras organik masih rendah, alasan dari permasalahan ini beragam mulai dari harga produk yang cenderung lebih tinggi, dan manfaat dari beras organik yang belum diketahui oleh sebagian masyarakat. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui berapa nilai *Willingness to Pay* dari produk beras organik. Hal tersebut menjadi alasan penulis ingin melakukan penelitian lebih dalam terkait dengan kesediaan membayar konsumen terhadap produk beras

organik dengan judul penelitian “Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Produk Beras Organik “Sukma Hutabohu” di Kelompok Tani Lamuta Klaster III.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Desa Hutabohu, Kecamatan Limboto Barat, Kabupaten Gorontalo. Lokasi penelitian ditentukan secara *Purposive Sampling* karena di lokasi tersebut terdapat Kelompok Tani Klaster Lamuta yang merupakan pusat produksi dan penjualan produk beras organik serta pusat pengembangan Pertanian Organik di Kabupaten Gorontalo bahkan di Provinsi Gorontalo. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2023 sampai Februari 2024.

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi lokasi penelitian, penyebaran dan wawancara terhadap responden melalui kuesioner yang telah dirancang sesuai tujuan penelitian. Sedangkan data sekunder bersumber dari buku, jurnal, artikel dan data dari Kelompok Tani Lamuta berupa profil kelompok, harga dan kualitas produk, dan penjualan produk beras organik.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pembeli beras organik di Kelompok Tani Klaster Lamuta III yang merupakan hasil usahatani padi sawah organik di Kabupaten Gorontalo yang merupakan binaan Bank Indonesia Provinsi Gorontalo sejak tahun 2016.

Metode penetapan sampel yakni menggunakan metode bola salju (*snowball sampling*) dimana setiap konsumen atau pembeli produk beras organik di Kelompok Tani Klaster Lamuta III menjadi objek atau sasaran penelitian berdasarkan informasi dari konsumen di lokasi tersebut.

Metode Analisis Data

Tujuan pertama penelitian ini di analisis dengan menggunakan *Contingent Valuation Method* (CVM) yang bertujuan untuk menghitung nilai kesiediaan membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) konsumen beras organik di Kelompok Tani Lamuta Klaster III. Menurut Fauzi (2004) dalam penelitiannya dinyatakan bahwa ada tiga tahapan operasional yang dilakukan untuk mendapatkan nilai *Willingness to Pay* (WTP) antara lain:

Membangun Hipotesis Pasar

Pasar hipotesis menggambarkan ilustrasi mengenai gambaran suatu kejadian jika di masa mendatang terjadi perubahan lingkungan.

Menentukan Nilai Lelang

Nilai tawaran diperoleh dengan melalui wawancara langsung dengan memberikan pertanyaan terbuka kepada responden mengenai berapa nilai yang bersedia dibayarkan untuk membeli beras organik dan responden memberikan jawaban langsung jumlah nilai maksimal yang bersedia dibayarkan untuk mendapatkan beras organik, namun tetap dalam perhatian enumerator.

Menghitung Rataan Nilai WTP

Nilai kesediaan membayar beras organik dihitung dengan persamaan berikut:

$$EWTP = \sum_{i=1}^n Wi(Pfi)$$

Keterangan :

EWTP = Dugaan rata-rata WTP (Rp/kg)

Wi = Nilai WTP ke-i

Pfi = Nilai relative responden ke-i

i = Responden ke-i yang bersedia membayar beras organik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen Beras Organik “Sukma Hutabohu” di Kelompok Tani Lamuta Klaster III

Data hasil penelitian diperoleh secara langsung dari responden dengan menyebarkan kuesioner penelitian dengan mengajukan pertanyaan secara terbuka kepada responden. Penelitian ini melibatkan sebanyak 60 responden yang merupakan konsumen produk beras organik baik secara rutin maupun tidak. Sebanyak 50 responden mengaku bersedia membayar lebih dan mendapatkan manfaat dari produk beras organik, sedangkan sebanyak 10 responden tidak bersedia membayar lebih untuk produk beras organik. Karakteristik responden berdasarkan usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan adalah sebagai berikut:

Usia Responden

Usia merupakan suatu tingkat kematangan pikiran seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Kebutuhan konsumen berbeda sesuai dengan usianya, sehingga usia mempengaruhi seseorang dalam memutuskan untuk membeli atau mengonsumsi barang dan jasa (Arimurti et al., 2021:80).

Tabel 1. Karakteristik Usia Responden

No.	Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Konsumen)	Persentase (%)
1	20-30	8	13,3
2	31-40	17	28,3
3	41-50	29	48,3
4	51-60	6	10
Jumlah		60	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Pengelompokan umur responden dapat dikategorikan menjadi 4 kelompok yaitu 20-30 Tahun, 31-40 Tahun, 41-50 dan 51-60. Berdasarkan Tabel 1 di atas, jumlah responden sebanyak 60 orang yang merupakan konsumen beras organik memiliki usia yang beragam, pada kelompok usia 41-50 terdapat 29 orang responden yang merupakan jumlah terbanyak dengan persentase 48,3%. Diperoleh rata-rata umur responden adalah 48 tahun dan usia seringkali berpengaruh terhadap perilaku konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Pendidikan Responden

Pendidikan merupakan bentuk investasi bagi setiap individu dalam meningkatkan kemampuan pengetahuan sumber daya manusia. Selain itu tingkat pendidikan juga mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pengetahuan responden akan manfaat mengonsumsi bahan makan yang sehat, aman, dan bergizi bukan hanya dari rasanya yang enak semata (Subekti, 2009). Pada penelitian ini responden berdasarkan kategori pendidikan terakhir dibedakan menjadi SD/Sederajat, SMP/Sederajat, SMA/Sederajat, dan Diploma/S1/S2/S3 yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Karakteristik Pendidikan Responden

No.	Pendidikan	Jumlah Responden (Konsumen)	Persentase (%)
1	SD/Sederajat	0	0
2	SMP/Sederajat	0	0
3	SMA/Sederajat	19	31,7
4	Diploma/S1/S2/S3	41	68,3
Jumlah		60	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa dari 60 jumlah responden yang merupakan konsumen beras organik, pada kelompok pendidikan SMA/Sederajat berjumlah 19 orang dengan persentase 31,7%, kelompok pendidikan Diploma/S1/S2/S3 berjumlah 41 orang dengan persentase 68,3%, sedangkan untuk kelompok pendidikan SD dan SMP Sederajat tidak memiliki jumlah responden dikategori tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden memiliki latar belakang pendidikan yang baik. Pendidikan juga memengaruhi perilaku konsumen, semakin tinggi pendidikan maka konsumen (responden) akan mampu memilih produk dengan kualitas yang baik.

Jenis Pekerjaan Responden

Untuk mengetahui jenis pekerjaan responden dapat dilihat dalam tabel karakteristik berdasarkan jenis pekerjaan responden berikut:

Tabel 3. Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden (Konsumen)	Persentase (%)
1	Mahasiswa	0	0
2	PNS/ASN	31	51,7
3	Pegawai Swasta	7	11,7
4	Wiraswasta	14	23,3
5	Lainnya	8	13,3
Jumlah		60	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat jenis pekerjaan responden terdiri dari Mahasiswa, PNS/ASN, Pegawai Swasta, Wiraswasta dan pekerjaan lainnya. Pada tabel tersebut

Panigoro, M.A., Halid, A., & Saleh, Y. (2024). Analisis Kesiapan Membayar (Willingness to Pay) Produk Beras Organik "Sukma Hutaboh" Kelompok Tani Lamuta Klaster III. *Jurnal Sains Agribisnis*, 4(2), 141-150.

menunjukkan bahwa dominasi pekerjaan responden (konsumen) beras organik adalah kalangan menengah yakni PNS/ASN dengan jumlah 31 responden dengan persentase 51,7%. Jenis pekerjaan juga berpengaruh pada perilaku konsumen karena memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dan pendapatan yang berbeda sehingga dapat memengaruhi perilaku konsumen untuk bersedia membayar lebih produk beras organik.

Pendapatan Responden

Pada penelitian ini, pendapatan yang dimaksud adalah penghasilan dari masing-masing responden dan disesuaikan dengan renyah yang telah disusun. Untuk mengetahui pendapatan responden dapat dilihat dalam tabel karakteristik berdasarkan pendapatan responden berikut:

Tabel 4. Karakteristik Pendapatan Responden

No.	Pendapatan (Rupiah)	Jumlah Responden (Konsumen)	Persentase (%)
1	< 1.000.000	0	0
2	1.000.000 - 3.000.000	9	15
3	3.000.001 - 5.000.000	21	35
4	5.000.001 - 10.000.000	24	40
5	> 10.000.000	6	10
Jumlah		60	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Pendapatan seseorang dapat mempengaruhi pengeluaran dan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa pendapatan responden dikelompokkan menjadi 5 bagian, dengan jumlah terbanyak 24 orang memiliki pendapatan Rp. 5.000.001 – Rp. 10.000.000 dengan persentase 40%. Hal ini terjadi karena populasi dari penelitian ini mayoritasnya adalah kalangan menengah, sedangkan jumlah pendapatan terkecil yakni < Rp. 1.000.000 tidak memiliki jumlah responden, yang berarti karakteristik berdasarkan pendapatan responden rata-rata memiliki pendapatan > Rp. 1.000.000. hal tersebut dapat mempengaruhi responden untuk bersedia membayar lebih beras organik yang cenderung harganya lebih tinggi dibandingkan dengan beras non organik.

Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Produk Beras Organik “Sukma Hutabohu” Kelompok Tani Lamuta Klaster III

Beras Organik “Sukma Hutabohu” merupakan produk yang mengandung nutrisi tinggi dan rendah glukosa, produk ini merupakan produk unggulan dari Kelompok Tani Lamuta III yang menjadi klaster beras organik yang menghasilkan kualitas produk yang bermutu tinggi sesuai standar nasional. Klaster ini berorientasi pada kelestarian ekologi, pemberdayaan sosial masyarakat serta meningkatkan nilai tambah ekonomi petani.

Keunggulan lain dari beras organik “Sukma Hutabohu” yakni telah terjamin dari sisi keamanan produk. Keamanan produk yang dimaksudkan adalah kejaminan mutu dari produk beras organik itu sendiri, produk beras organik “Sukma Hutabohu” telah mendapat sertifikasi organik dari Lembaga Sertifikasi Organik (LSO) dan juga telah mendapat sertifikasi Halal dari MUI. Hal itu membuat pengembangan sistem pertanian organik di

Panigoro, M.A., Halid, A., & Saleh, Y. (2024). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Produk Beras Organik “Sukma Hutabohu” Kelompok Tani Lamuta Klaster III. Jurnal Sains Agribisnis, 4(2), 141-150.

Kelompok Tani Lamuta terus dikembangkan, sehingga dari sisi keamanan produk dapat dipastikan telah mampu memenuhi persepsi konsumen tentang keamanan produk dari beras organik “Sukma Hutabohu” Kelompok Tani Lamuta Klaster III. Menurut Damayanti (2018) bahwa produk yang telah berlabel organik tentunya telah menyatakan bahwa produk tersebut telah melalui proses budidaya hingga pasca panen tanpa pemberian bahan kimia sintetis.

Pada Kelompok Tani Lamuta III harga yang ditetapkan untuk 1kg beras organik adalah Rp. 15.000. Kualitas dan manfaat yang dimiliki beras organik merupakan salah satu alasan harga beras organik lebih mahal dibandingkan beras non-organik. Berikut ragam jenis beras organik yang dijual di Kelompok Tani Lamuta Klaster III.

Tabel 5. Ragam Beras Organik yang Dijual di Kelompok Tani Lamuta Klaster III.

No	Jenis Beras Organik	Merek	Harga (Rp)			
			1 Kg	2 Kg	5 Kg	50 Kg
1	Beras Putih Organik	Sukma Hutabohu	15000	30000	75000	750000
2	Beras Merah Organik	Sukma Hutabohu	15000	30000	75000	750000
3	Beras Hitam Organik	Sukma Hutabohu	15000	30000	75000	750000

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Penerapan konsep *Willingness to Pay* menggunakan pendekatan CVM (*Contingent Valuation Method*) yang bertujuan untuk mengetahui keinginan membayar lebih dari responden. Untuk dapat menentukan besaran nilai dari WTP (*Willingness to Pay*) beras organik, ada 3 tahapan perhitungan melalui metode CVM (*Contingent Valuation Method*) sebagai berikut:

Membangun Pasar Hipotesis

Untuk dapat mengetahui hipotesis pasar dari beras organik pada penelitian ini, maka dilakukan wawancara kepada konsumen terkait dengan informasi dari beras organik, baik secara kualitas hingga manfaat yang dirasakan dan dipahami oleh konsumen sebagai responden. Gambaran terhadap responden akan berusaha membangun hipotesis pasar, bahwa responden memilih mengkonsumsi beras organik dikarenakan produk beras organik baik untuk dikonsumsi, persiapan lahan tanam, perlakuan khusus secara total organik, penerapan teknologi pertanian, pengemasan secara modern hingga dipasarkan berdasarkan kualitas yang unggul. Keunggulan lain dari beras organik adalah memiliki kandungan protein dan nutrisi yang tinggi dibandingkan dengan beras non-organik, sehingga layak dikonsumsi oleh kalangan manapun serta penunjang bagi kesehatan di masa mendatang. Pendekatan ini diambil untuk menghindari kemungkinan bias dalam pengumpulan data, seiring dengan fakta bahwa semua responden memiliki pengalaman dan pemahaman tentang produk beras organik (Ulfa et al., 2023). Pernyataan tersebut menjadi alasan yang dapat membangun hipotesis pasar dari konsumen sebagai responden, sehingga dapat memberikan besaran nilai terhadap jenis beras organik yang akan dibeli.

Menentukan Nilai Lelang

Penentuan nilai lelang dapat diperoleh melalui wawancara langsung kepada responden menggunakan kuesioner. Tujuannya adalah untuk mendapatkan nilai lelang atau besaran nilai yang bersedia dibayarkan terhadap suatu produk yakni produk beras organik.

Panigoro, M.A., Halid, A., & Saleh, Y. (2024). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Produk Beras Organik “Sukma Hutabohu” Kelompok Tani Lamuta Klaster III. Jurnal Sains Agribisnis, 4(2), 141-150.

Untuk mendapatkan nilai lelang, responden diberikan pertanyaan seputar jenis beras organik yang dibelinya dan pertanyaan dilakukan secara berulang terkait dengan kesediaan membayar responden dengan jumlah tertentu hingga mendapatkan besaran nilai (maksimum biaya) yang bersedia dibayarkan untuk jenis beras organik. Guna menghindari nilai yang bias, diinformasikan pula kepada responden tentang harga beras konvensional di pasaran sehingga dapat mempertimbangkan harga beras organik (Rofiah et al., 2020).

Tabel 6. Nilai WTP dan Frekuensi Kumulatif Responden Beras Organik “Sukma Hutabohu” di Kelompok Tani Lamuta III

No	Nilai WTP (Rp)	Jumlah Responden	Frekuensi Kumulatif
1	15000	10	10
2	16000	6	16
3	17000	9	25
4	18000	7	32
5	20000	15	47
6	22000	5	52
7	25000	5	57
8	30000	3	60
Jumlah		60	

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Nilai terendah yang konsumen bersedia bayarkan adalah Rp. 15.000 dan nilai tertinggi adalah Rp. 30.000. Dari keseluruhan responden, sebanyak 10 orang tidak bersedia membayar lebih atau hanya bersedia membayar dengan harga yang telah ditetapkan yaitu Rp. 15.000, sedangkan sebanyak 50 orang bersedia membayar lebih dari harga yang telah ditetapkan oleh Kelompok Tani Lamuta III.

Nilai WTP (*Willingness to Pay*) yang paling banyak muncul ada di harga Rp. 20.000 dengan jumlah responden sebanyak 15 orang, sebagai jawaban dari kesediaan membayar konsumen terhadap produk Beras Organik “Sukma Hutabohu di Kelompok Tani Lamuta III. Sedangkan 10 orang responden memberikan nilai standar atau sesuai dengan harga 1 kg beras organik yaitu Rp. 15.000. Dengan demikian sebanyak 10 orang tersebut tidak termasuk dalam konsumen yang siap membayar lebih untuk produk Beras Organik “Sukma Hutabohu” di Kelompok Tani Lamuta III.

Mayoritas responden mengaku bersedia membayar lebih tinggi untuk produk Beras Organik “Sukma Hutabohu”, dengan alasan kualitas produk yang dihasilkan sangat bagus karena terjamin secara organik dan rasa dari berasnya juga enak dan pulen, serta keamanan dari produknya terjamin mulai dari kemasan sudah teruji secara halal MUI dan BPOM dan telah mendapat sertifikat dari Lembaga Sertifikasi Organik (LSO) menjadi beberapa alasan konsumen untuk membayar lebih tinggi untuk produk Beras Organik “Sukma Hutabohu” di Kelompok Tani Lamuta III.

Menghitung Rataan Nilai WTP

Nilai rata-rata WTP dihitung berdasarkan nilai lelang yang diperoleh pada tahap dua. Perhitungan ini didasarkan pada nilai rata-rata dan nilai tengah. Nilai rata-rata WTP diperoleh

dengan perkalian antara nilai WTP responden dengan frekuensi relatif responden (Habib & Kuntadi, 2020:46).

Dugaan rata-rata nilai dari kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) konsumen terhadap produk beras organik dapat diperoleh berdasarkan nilai WTP sesuai jumlah responden yakni sebanyak 60 responden. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Nilai WTP, Frekuensi Relatif dan Rataan Nilai WTP Dari Responden Beras Organik “Sukma Hutabohu”

No	Nilai WTP (Rp)	Jumlah Responden	Frekuensi Relatif	Total WTP (Rp)	Mean WTP (Rp)/Orang
1	15000	10	0.130434783	150000	1956
2	16000	6	0.083478261	96000	1336
3	17000	9	0.133043478	153000	2262
4	18000	7	0.109565217	126000	1972
5	20000	15	0.260869565	300000	5217
6	22000	5	0.095652174	110000	2104
7	25000	5	0.108695652	125000	2717
8	30000	3	0.07826087	90000	2348
Jumlah		60	1	1150000	19913
Rata-rata				143750	2489

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Hasil dari nilai rata-rata WTP responden menunjukkan bahwa harga tertinggi yang bersedia dibayarkan adalah Rp. 30.000 sedangkan harga terendah yang bersedia dibayarkan adalah Rp. 15.000. Berdasarkan Tabel 3, menunjukkan bahwa jumlah nilai rata-rata WTP yang diperoleh sebesar Rp. 19.913. Hal tersebut menunjukkan ada perbedaan harga atau selisih yang diperoleh dari harga yang ditetapkan untuk 1kg Beras Organik “Sukma Hutabohu” sebesar Rp. 4.913. Nilai rata-rata WTP dihitung berdasarkan harga yang bersedia dibayarkan oleh responden, bukan berdasarkan ukuran jenis beras organik yang di beli.

Pada dasarnya tinggi rendahnya harga pembelian beras organik tidak selalu diikuti dengan tinggi rendahnya nilai rata-rata WTP yang diperoleh. Dapat dilihat pada Tabel 3 bahwa nilai rata-rata WTP tertinggi sebesar Rp. 5.217, dengan nilai yang bersedia dibayarkan adalah Rp. 20.000, hal ini disebabkan bahwa banyaknya responden yang bersedia membayar lebih tinggi di harga tersebut. Sedangkan nilai rata-rata WTP terendah sebesar Rp. 1.336, dengan nilai yang bersedia dibayarkan adalah Rp. 16.000, hal ini disebabkan kurangnya responden yang bersedia membayar lebih di harga tersebut. Dari keseluruhan nilai rata-rata responden dapat disimpulkan bahwa semakin besar nilai WTP yang diperoleh dan jumlah responden yang banyak akan menghasilkan nilai rata-rata WTP yang besar pula, begitupun sebaliknya ketika semakin kecil nilai WTP yang diperoleh.

KESIMPULAN

Produk beras organik yang dijual di Kelompok Tani Lamuta Klaster III memiliki 3 varian beras organik yakni beras putih, merah dan hitam organik dengan merek yang sama yaitu Sukma Hutabohu. Sebanyak 50 responden bersedia membayar lebih untuk harga 1 kg beras organik dan sisanya 10 orang hanya bersedia membayar dengan harga yang telah

ditentukan untuk 1 kg produk beras organik. Setelah dianalisis diperoleh rata-rata nilai WTP dari total keseluruhan nilai rata-rata WTP sebesar Rp. 19.913. Nilai tersebut mampu menjelaskan bahwa rata-rata responden bersedia membayar lebih untuk Produk Beras Organik “Sukma Hutabohu” dengan selisih harga sebesar Rp. 4.913 dari harga 1 kg Produk Beras Organik sebesar Rp. 15.000.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ditujukan kepada mereka yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arimurti, N. H., Edy Sularso, K., & Hartati, A. (2021). Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Beras Organik di Kabupaten Banyumas dan Faktor Yang Mempengaruhinya. *Forum Agribisnis*, 11(1), 75–89. <https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.75-89>
- Damayanti, A. (2018). Analisis Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Konsumen Terhadap Pembelian Beras Organik di PT. Galaksi Organik. *Skripsi*, 1–68.
- Dumasari, D. (2020). Pembangunan Pertanian Mendahulukan yang Tertinggal. *Pustaka Pelajar*, 1–183.
- Habib, E. A., & Kuntadi, E. B. (2020). Analisis Willingness To Pay Beras Organik Aromatik “Botanik” Gapoktan Al-Barokah Di Kabupaten Bondowoso. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 13(1), 38. <https://doi.org/10.19184/jsep.v13i1.14811>
- Mursalat, A. (2022). Buku Ajar Pembangunan Pertanian. In *Media Sains Indonesia*.
- Mursalat, A., & Haryono, I. (2023). Ginger Marketing Efficiency Through Product Innovation In Improving Farmers'economy In Sidenreng Rappang Regency. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 23(2), 177-183. <http://dx.doi.org/10.21776/ub.agrise.2023.023.2.7>
- Rofiah, Ani, S. W., & Sutrisno, J. (2020). Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Beras Organik di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Agriecobis*, 1(1), 46–58.
- subekti. (2009). Analisis Proses Keputusan Pembelian, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik di Jabotabek. *Pangan*, 22(2), 19–35. <https://www.jurnalpangan.com/index.php/pangan/article/view/81>
- Ulfa, H. B., Antriyandarti, E., & Agustono, A. (2023). Analisis Kesediaan Membayar (Willingness to Pay) Beras Merah Organik oleh Konsumen di Kota Surakarta. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 11(2), 381. <https://doi.org/10.35138/paspalum.v11i2.635>