

## **ABSTRACT**

Agriculture was the only sector that growth during the pandemic in Indonesia. New Normal Era campaigns rose public awareness of the healthy consumption issue and increased public interest to seek for healthier food, such as organic vegetables product. In Java, the highest increase on consumption of vegetables and fruits was in Yogyakarta with raised of percentage 20.77% compared to 2019. An analysis of consumer attitudes and preferences needed to maintain high consumer interest in organic vegetables. This study aims to determine (1) attitudes (2) consumer preferences and (3) willingness to pay towards organic vegetables in Yogyakarta during the pandemic. The respondents were one hundred people selected by using purposive sampling with Slovin technique on the population of followers of organic vegetable distributor "Say Fresh" on Stay Fresh's social media, which amounted to 9,650 followers as of March 2022. The data were analyzed by using the Multi Attribute Fishbein to determine consumer attitudes, conjoint analysis to understand consumer preferences, contingent valuation method and multiple linier regression to know consumers' willingness to pay and the factors affecting them. Results showed that there were a change in consumer attitudes towards organic vegetables from neutral to positive attitudes after pandemic. Consumers' preferences toward organic spinach sequentially are the safety attribute (organic certificate), the quality attribute (the leaves without holes), the price attribute (IDR 7,100-IDR 8,500/200 grams), and the leaf color attribute (light green). Consumers' preferences for organic broccoli sequentially are safety attributes (organic certification), dark green flower color attributes, low price attributes (IDR 10,600 - IDR 12,000/250 gram), and vegetable freshness attributes (fresh/not wilted). Consumers for organic spinach are willing to pay 19.4% higher than the average market price, which is IDR 8,960 and for organic broccoli, it increases 5.08% from the average price, which is IDR 12,610. Factors that negatively affect the WTP of organic spinach are the number of family members and those that affect positively are income, education and consumer attitudes. While the factors that negatively affect the WTP of organic broccoli are the number of family members and the positive influences are income and consumer attitudes.

**Keywords:** attitudes, organic vegetables, preferences, willingness to pay

## INTISARI

Pertanian menjadi satu-satunya sektor yang tumbuh selama pandemi di Indonesia. Kampanye *new normal era* meningkatkan kesadaran masyarakat akan isu konsumsi sehat dan mencari alternatif makanan yang lebih sehat, seperti produk sayuran organik. Di pulau Jawa peningkatan konsumsi sayur dan buah tertinggi terjadi di Yogyakarta dengan persentase kenaikan sebesar 20,77% dibandingkan tahun 2019. Analisis sikap, preferensi dan kemauan konsumen untuk membayar terhadap sayur organik kemudian diperlukan untuk mempertahankan minat konsumen tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) sikap (2) preferensi konsumen dan (3) kemauan membayar konsumen terhadap sayuran organik di Yogyakarta selama masa pandemi. Responden berjumlah seratus orang yang dipilih dengan menggunakan secara *purposive sampling* dengan teknik *Slovin* pada populasi *followers* distributor sayuran organik “Say Fresh” di media sosial yang berjumlah 9.650 per Maret 2022. Data dianalisis dengan menggunakan *Multi Attribute Fishbein* untuk mengetahui sikap konsumen, analisis konjoin untuk memahami preferensi konsumen, pendekatan *contingent valuation method* dan regresi linier berganda untuk mengetahui kemauan membayar konsumen beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi perubahan sikap konsumen terhadap sayuran organik dari sikap netral menjadi sikap positif saat pandemi. Preferensi konsumen terhadap bayam organik secara berurutan adalah atribut keamanan (adanya sertifikat organik), atribut kualitas (daun tidak berlubang), atribut harga menengah (Rp 7.100-Rp 8.500/200 gram), dan atribut warna daun (hijau muda). Preferensi konsumen terhadap brokoli organik secara berurutan adalah atribut keamanan (adanya sertifikasi organik), atribut warna (bunga hijau tua), atribut harga murah (Rp 10.600 - Rp 12.000/250 gram), dan atribut kesegaran sayuran (segar/tidak layu). Konsumen untuk bayam organik bersedia membayar 19,4% lebih tinggi dari harga rata-rata pasar yaitu Rp 8.960 dan untuk brokoli organik lebih tinggi 5,08% dari harga rata-rata yaitu menjadi Rp 12.610. Faktor yang berpengaruh negatif terhadap WTP bayam organik adalah jumlah anggota keluarga dan yang berpengaruh positif adalah pendapatan, pendidikan dan sikap konsumen. Sedangkan faktor yang berpengaruh negatif terhadap WTP brokoli organik adalah jumlah anggota keluarga dan faktor yang berpengaruh positif adalah pendapatan dan sikap konsumen.

Kata kunci : kemauan membayar, preferensi, sayuran organik, sikap