

INTISARI

Pandemi COVID-19 telah meningkatkan kesadaran akan pentingnya meningkatkan imunitas tubuh, yang mengarah pada pergeseran signifikan dalam pola konsumsi makanan ke arah organik, terutama sayuran organik. Pergeseran ini telah meningkatkan permintaan sayuran organik sebesar 100-300%, terutama di Daerah Istimewa Yogyakarta. Namun adanya perbedaan teknik dalam budidaya sayuran organik memunculkan kesulitan bagi produsen untuk memproduksi sayuran organik, terutama tingginya hama yang memengaruhi pertumbuhan, sehingga menghentikan produksi sayuran organik dan beralih kembali ke sayur non-organik karena merasa dapat meraih keuntungan yang lebih tinggi. Oleh karena itu salah satu upaya untuk mengatasi kurangnya pemenuhan produksi sayur organik, serta mempertahankan permintaan sayuran organik di pasar adalah dengan analisis nilai WTP, beserta faktor-faktor yang secara signifikan memengaruhi WTP sayuran organik di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode *contingent valuation method* (CVM) dalam menentukan besaran estimasi harga *willingness to pay* untuk jenis sayuran kangkung organik, bayam organik, terong organik, sawi hijau organik dan kacang panjang organik, dengan pendekatan *bidding game*, dan pengembangan model teoritis *theory of planned behavior* dengan menambahkan variabel lain untuk dapat menjelaskan model. Metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan-hubungan pada model adalah *Partial Least Squares-Structural Equation Model* (PLS-SEM), dengan jumlah data yang dikumpulkan adalah 249 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen masih bersedia untuk membayar produk sayuran organik di atas harga pasar saat ini, dengan selisih harga dengan harga saat ini berkisar dari 2.81% hingga 26.54%. Sementara itu, variabel *attitude towards behavior*, *perceived behavioral control*, *environmental knowledge*, *socio-demographic* dan *health consciousness* yang dimediasi oleh *attitudes* secara signifikan memengaruhi *willingness to pay* seseorang dalam membeli produk sayuran organik. Sementara *environmental concern*, dan *subjective norm* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan untuk membayar seseorang.

Kata Kunci: *Willingness to Pay* (WTP), *Contingent Valuation Method* (CVM), Sayuran Organik, PLS-SEM

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has raised awareness of the importance of boosting immunity, leading to a significant shift in food consumption patterns towards organic, especially organic vegetables. This shift has increased the demand for organic vegetables by 100-300%, especially in the Special Region of Yogyakarta. However, the difference in techniques in organic vegetable cultivation creates difficulties for producers to produce organic vegetables, especially the high number of pests that affect growth, thus stopping the production of organic vegetables and switching back to non-organic vegetables because they feel they can achieve higher profits. Therefore, one of the efforts to overcome the lack of fulfillment of organic vegetable production, as well as maintaining the demand for organic vegetables in the market is to analyze the WTP value, along with factors that significantly affect the WTP of organic vegetables in the Special Region of Yogyakarta.

This research uses the contingent valuation method (CVM) in determining the amount of the estimated willingness to pay price for organic kale, organic spinach, organic eggplant, organic mustard greens and organic long beans, with a bidding game approach, and the development of the theory of planned behavior theoretical model by adding other variables to explain the model. The method used to analyze the relationships in the model is Partial Least Squares-Structural Equation Model (PLS-SEM), with the number of data collected is 249 respondents.

The results showed that consumers are still willing to pay for organic vegetable products above the current market price, with the price difference with the current price ranging from 2.81% to 26.54%. Meanwhile, attitude towards behavior, perceived behavioral control, environmental knowledge, socio-demographic and health consciousness variables mediated by attitudes significantly affect a person's willingness to pay in buying organic vegetable products. While environmental concern, and subjective norm do not have a significant influence on a person's willingness to pay.

Keywords: Willingness to Pay (WTP), Contingent Valuation Method (CVM), Organic Vegetables, PLS-SEM