

INTISARI

Pembelian sayuran organik akan mempertimbangkan atribut yang melekat pada sayuran tersebut. Selain atribut, harga salah satu pertimbangan konsumen untuk membeli sayuran organik. Berdasarkan permasalahan tersebut penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui preferensi konsumen sayuran organik di Yogyakarta (2) Mengetahui besaran kesediaan konsumen untuk membayar sayuran organik di Yogyakarta (3) Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan konsumen untuk membayar sayuran organik di Yogyakarta. Populasi merupakan konsumen yang pernah membeli sayuran pakcoy, bayam dan brokoli organik di pasar modern Superindo di Kota Yogyakarta dengan jumlah 80 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan secara daring (*online*) atau menggunakan aplikasi jejaring sosial seperti instagram, whatsapp, facebook dan twitter untuk membantu jalannya penelitian. Data dianalisis menggunakan model sikap *Multi Attribute Fishbein* untuk mengetahui preferensi konsumen dan *contingent valuation method* (CVM) untuk mengetahui nilai rata-rata WTP serta analisis regresi linear berganda untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi WTP (*Willingness To Pay*) sayuran organik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap sayuran pakcoy, bayam dan brokoli organik tinggi. Konsumen sayuran organik bersedia membayar sayuran pakcoy, bayam dan brokoli organik lebih tinggi dari harga pasar dengan nilai rata-rata WTP sayuran pakcoy sebesar Rp 9.000/200 gram (29,50% lebih tinggi dari harga pasar), sayuran bayam sebesar Rp 9.588/200 gram (27,84% lebih tinggi dari harga pasar) dan sayuran brokoli sebesar Rp 7.783/100 gram (41,63% lebih tinggi dari harga pasar). Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan konsumen membayar sayuran pakcoy dan brokoli yaitu pendapatan, jumlah keluarga, harga, pendidikan dan preferensi, sedangkan faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan konsumen membayar sayuran bayam organik yaitu pendapatan, jumlah keluarga, pendidikan dan preferensi konsumen.

Kata Kunci : Preferensi, *Willingness To Pay*, Sayuran Organik, Regresi Linear Berganda, *Contingent Evaluation Method*.

ABSTRACT

Purchasing organic vegetables will consider the attributes attached to these vegetables. Apart from attributes, price is one of the considerations for consumers to buy organic vegetables. Based on these problems this study aims to (1) determine consumer preferences of organic vegetables in Yogyakarta (2) analyze the value of WTP (Willingness To Pay) for organic vegetables in Yogyakarta (3) the factors that influence consumer willingness to pay (WTP) for organic vegetables in Yogyakarta City. The population is the consumer who purchases organic pakcoy, spinach and broccoli vegetables at the Superindo modern market in Yogyakarta City with a total of 80 respondents who were selected using purposive sampling technique. This research was conducted online or using social networking applications such as Instagram, WhatsApp, Facebook and Twitter to assist the research. Data were analyzed using the Multi Attribute Fishbein attitude model to determine consumer preferences and the contingent valuation method (CVM) to determine the average value of WTP and multiple linear regression analysis to determine the factors that influence WTP (Willingness To Pay) organic vegetables. The results showed that consumer preferences for organic pakcoy, spinach and broccoli vegetable were high. Organic vegetable consumers are willing to pay for pakcoy, spinach and broccoli vegetables which are higher than the market price with the average WTP value of pakcoy vegetables of IDR 9,000 / 200 grams (pakcoy 29.50% higher than market price), spinach vegetables IDR 9,588 / 200 grams (27.84% higher than market price) and broccoli vegetables IDR 7,783 / 100 grams (broccoli 41.63% higher than market price). The factors that influence on willingness to pay of organic pakcoy and broccoli vegetables are income, number of families, prices, education and preferences, while factors that influence on willingness to pay for organic spinach are income, number of families, education and consumer preferences.

Keywords: *Preference, Willingness To Pay, Organic Vegetables, Multiple Linear Regression, Contingent Evaluation Method.*