

**Analisis Permintaan dan Kesiediaan Membayar Konsumen (*Willingness To Pay*) pada Teh Hijau Celup di Kelurahan Kraton Kecamatan Tegal Barat Kota Tegal**

Titik Pitaloka<sup>1</sup> \*, Edy Prasetyo<sup>2</sup> dan Bambang Mulyatno<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Jl. Tunjung Sari II/3 Tembalang, Semarang, Indonesia

<sup>2</sup>Jl. Mayjend Sutoyo 122 Sebatengan, Ungaran, Indonesia

<sup>3</sup>Jl. Krakatau IV/22 Semarang, Indonesia

titikpitaloka@gmail.com, edyprsty@yahoo.com, b\_mulyatno@yahoo.co.id

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan teh hijau celup, nilai kesiediaan membayar konsumen teh hijau celup dan faktor-faktor yang mempengaruhi kesiediaan membayar teh hijau celup. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dan metode pengambilan sampel menggunakan *multi stage quota sampling*. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan kesiediaan membayar konsumen (WTP) teh hijau celup dianalisis dengan regresi linier berganda melalui bantuan *SPSS 16.0 for windows*. Faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap permintaan teh hijau celup adalah pendapatan dan konsumsi barang pelengkap/gula, sedangkan faktor-faktor yang tidak berpengaruh nyata adalah jumlah anggota keluarga dan selera konsumen. Nilai kesiediaan membayar konsumen sebesar Rp. 11.300 pak (50gr)/Kepala keluarga. Faktor yang berpengaruh nyata terhadap kesiediaan membayar konsumen (WTP) teh hijau celup adalah pendapatan, sedangkan faktor-faktor yang tidak berpengaruh nyata adalah pendidikan dan selera konsumen.

**Kata kunci :** *Permintaan, kesiediaan membayar (Willingness To Pay), dan teh hijau celup.*

**Latar belakang**

Teh (*Camellia sinensis*) adalah minuman yang dihasilkan dari pengolahan daun pucuk muda tanaman teh, salah satu jenisnya adalah teh hijau. Seiring berkembangnya teknologi

terdapat inovasi produk teh dalam kemasan celup. Konsumen teh hijau di Indonesia mencapai 12.980 ton pada tahun 2013 (*Food and Agriculture Organization of The United Nations/FAO*, 2015). Teh hijau menduduki peringkat ketiga sebagai minuman yang

paling banyak dikonsumsi sebesar 15% setelah air mineral dan teh hitam. Serta 10% dari 15% total konsumen teh hijau memilih teh hijau dalam kemasan celup (Swasembada Media Bisnis/SWA, 2014). Peningkatan jumlah permintaan pada pasar menjadi indikator meningkatnya jumlah konsumen teh hijau celup. Permintaan produk teh hijau celup berkaitan erat dengan pendapatan konsumen, konsumsi barang pelengkap/gula, jumlah anggota keluarga konsumen, dan selera konsumen. Oleh karena itu perlu dianalisis sehingga dapat diketahui faktor-faktor tersebut berpengaruh atau tidak terhadap permintaan konsumen teh hijau celup. Kenaikan biaya produksi akibat dari peningkatan kualitas produk menyebabkan harga jual teh hijau celup meningkat di pasar. Oleh karena itu perlu juga dianalisis nilai kesediaan membayar konsumen terhadap teh hijau celup (*Willingness To Pay*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan teh hijau celup, nilai kesediaan membayar konsumen teh hijau celup dan faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar teh hijau celup. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi produsen sebagai pengetahuan tentang faktor yang mempengaruhi permintaan dan kesediaan membayar konsumen pada teh hijau celup.

### Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan September 2016 di Kelurahan Kraton,

Kecamatan Tegal Barat Kota Tegal. Penentuan lokasi dengan cara *purposive*. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode survei. Pengambilan sampel, ditentukan secara *Multi Stage Quota Sampling* (Nawawi, 2012).

Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif yang kemudian dianalisis dengan analisis regresi linier berganda dan analisis WTP (*Willingness To Pay*). Nilai kesediaan membayar (*willingness to pay*) dapat diketahui melalui karakteristik, *CVM (Contingent Valuation Method)*/ metode valuasi kontinjensi adalah metode untuk mengukur keinginan seseorang membayar barang/jasa yang tidak secara umum memiliki pasar dengan metode survei. Tahapan operasional CVM adalah mulai dari membuat hipotesis pasar, mendapatkan nilai lelang (*Bids*) melalui pendekatan wawancara dengan responden, menghitung rata-rata WTP, memperkirakan kurva lelang (*Bid Curve*) (Ameriana, 2006). Persamaan 1 kurva lelang :

$$WTP_i = f(M_i, P_i, T_i) \dots \dots \dots (1)$$

Data yang diperoleh diuji kenormalannya dengan menggunakan model Kolmogorov-Smirnov. Kemudian diuji dengan asumsi klasik multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Persamaan 2 permintaan teh hijau celup :

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + b_4 \cdot X_4 + e \dots \dots \dots (2)$$

Persamaan 3 kesediaan membayar konsumen teh hijau celup :

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 \dots \dots \dots (3)$$

Uji F yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan dependen secara serempak. Uji t yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen dan dependen secara parsial. Hipotesis yang diambil adalah :  $H_0$  = Tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.  $H_1$  = Ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen untuk minimal satu variabel independen. Kriteria pengambilan keputusan :  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika  $\text{sig}_{\text{hit}} \leq \text{sig } 5\%$ ,  $\alpha = 0,05$ .  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima jika  $\text{sig}_{\text{hit}} > \text{sig } 5\%$ ,  $\alpha = 0,05$ .

### Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Permintaan

Variabel	Nilai	Signifikansi Hitung
R	0,417	
R Square	0,474	
F Hitung	2,893	0,03*
Variabel	Koefisien Regresi	Signifikansi Hitung
Konstanta (a)	-0,448	0,767
Pendapatan Responden ( $X_1$ )	0,168	0,032*
Konsumsi Gula ( $X_2$ )	0,360	0,019*
Jumlah Anggota Keluarga ( $X_3$ )	0,178	0,359

Selera Konsumen ( $X_4$ )	0,068	0,262
---------------------------	-------	-------

$$\text{Persamaan 2 : } Y = -4,48 + 1,68 X_1 + 3,60 X_2 + 1,78 X_3 + 0,68 X_4.$$

Hasil analisis signifikansi F hitung pada Tabel 1. sebesar 0,03 ( $P < 0,05$ ) artinya hasil analisis regresi linier berganda variabel pendapatan, konsumsi gula, jumlah anggota keluarga dan selera konsumen berpengaruh terhadap permintaan teh hijau celup. Hal ini sesuai dengan pendapat Herlambang *et all* (2011) yang menyatakan bahwa empat utama yang paling mempengaruhi permintaan teh herbal/teh hijau adalah pendapatan, konsumsi barang pelengkap. Hal tersebut didukung pula oleh pendapat Daniel (2009) yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan teh hijau celup antara lain pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga konsumen, konsumsi barang pelengkap, dan selera konsumen.

Nilai signifikan pendapatan ( $X_1$ ) sebesar 0,032 ( $P < 0,05$ ), artinya pendapatan berpengaruh terhadap permintaan teh hijau celup (Y), karena semakin tinggi pendapatan kemampuan membeli teh hijau celup semakin tinggi pula. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Nigrum (2012) yang menyatakan bahwa pendapatan seseorang dengan kelas sosial tertentu berpengaruh terhadap pembelian barang dengan harga tertentu. Nilai signifikansi konsumsi gula/barang pelengkap ( $X_2$ ) sebesar 0,019 ( $P < 0,05$ ),

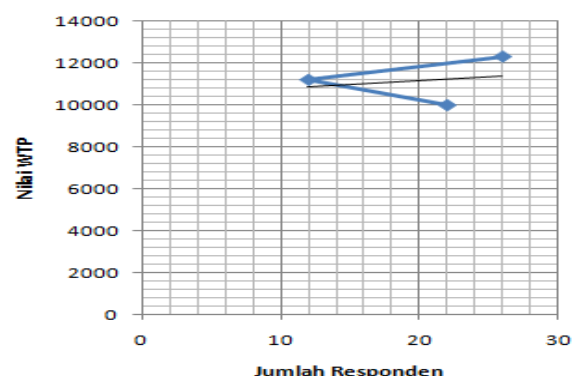
artinya konsumsi gula/barang pelengkap berpengaruh sangat nyata terhadap permintaan teh hijau celup. Tingkat konsumsi gula berbanding lurus dengan tingkat konsumsi teh hijau celup sehingga berpengaruh terhadap permintaan teh hijau celup. Hal ini sesuai dengan pendapat Daniel (2009) yang menyatakan bahwa konsumsi barang pelengkap akan mempengaruhi permintaan barang tersebut, kedua barang tersebut akan berbanding lurus permintaannya.

Nilai signifikan jumlah anggota keluarga ( $X_3$ ) sebesar 0,359 ( $P > 0,05$ ), artinya jumlah anggota keluarga tidak berpengaruh terhadap permintaan teh hijau celup (Y), karena pembelian suatu produk dipengaruhi oleh salah satu anggota keluarga (Ibu rumah tangga). Hal tersebut sesuai dengan pendapat Herlambang *et all* (2011) yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi permintaan teh hijau adalah seorang (Ibu/Bapak) di keluarga yang memiliki wewenang pembelian suatu produk.

Nilai signifikan selera konsumen ( $X_4$ ) sebesar 0,262 ( $P > 0,05$ ) artinya selera konsumen tidak berpengaruh terhadap permintaan teh hijau celup (Y). Masyarakat tidak terbiasa mengkonsumsi teh hijau celup. Hal ini sesuai dengan pendapat Daniel (2009) yang menyatakan bahwa selera konsumen pada suatu produk berkaitan dengan kebiasaan konsumen mengkonsumsi produk tersebut.

Hasil nilai rata-rata WTP responden teh hijau celup menunjukkan angka Rp.11.300/pak (50gr). Nilai ini lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh rata-rata produsen teh hijau celup yaitu sebesar Rp. 11.200/pak (50gr), artinya bahwa adanya surplus konsumen karena nilai WTP yang diinginkan konsumen lebih tinggi dibandingkan dengan WTP rata-rata. Faktor yang mempengaruhi karena konsumen sadar akan manfaat dari teh hijau celup yaitu untuk menjaga kesehatan dan mencegah kanker. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Syah (2006) yang menyatakan bahwa manfaat yang baik untuk kesehatan mempengaruhi kesediaan membayar konsumen teh hijau celup yaitu teh hijau celup tidak mengalami fermentasi jadi tidak banyak mengandung kafein sehingga dapat mencegah kanker.

Kurva WTP berdasarkan jumlah responden yang bersedia membayar teh hijau celup pada nilai tertentu. Kurva lelang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kurva Lelang Konsumen Teh Hijau Celup.

Berdasarkan kurva lelang menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai WTP

semakin banyak jumlah konsumen. Nilai WTP sebesar Rp. 10.000 sebanyak 22 responden, nilai WTP sebesar Rp. 11.200 sebanyak 12 responden dan nilai WTP sebesar Rp.12.300 sebanyak 26 responden. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Najib (2014) yang menyatakan bahwa kurva WTP menunjukkan hubungan tingkat yang bersedia dibayarkan dengan jumlah responden yang bersedia membayar.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier

Berganda WTP		
Variabel	Nilai	Signifikansi Hitung
R	0,401	
R Square	0,291	
F Hitung	1,861	0,047*
Variabel	Koefisien Regresi	Signifikansi Hitung
Konstanta (a)	3,889	0,001
Pendidikan (X <sub>1</sub> )	-0,139	0,207
Pendapatan (X <sub>2</sub> )	0,160	0,023*
Selera Konsumen (X <sub>3</sub> )	-0,05	0,327

Persamaan 3 :  $Y = 38,89 - 1,39 X_1 + 1,60 X_2 - 5 X_3$ .

Hasil analisis signifikansi F hitung pada Tabel 2. sebesar 0,047 ( $P < 0,05$ ), artinya pendidikan, pendapatan, dan selera konsumen berpengaruh terhadap variabel kesediaan membayar teh hijau celup. Hal ini

sesuai dengan pendapat Najib dan Priambodo (2014) yang menyatakan bahwa kesediaan membayar konsumen dipengaruhi oleh pendapatan, pendidikan dan selera konsumen terhadap produk tersebut.

Nilai signifikan analisis pendidikan (X<sub>1</sub>) sebesar 0,207 ( $P > 0,05$ ), artinya secara parsial pendidikan tidak berpengaruh terhadap kesediaan membayar teh hijau celup (Y) karena belum banyak masyarakat yang mengetahui informasi tentang teh hijau celup. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Mirwan (2005) yang menyatakan bahwa WTP dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen tentang suatu produk.

Nilai signifikansi pendapatan (X<sub>2</sub>) sebesar 0,023 ( $P < 0,05$ ), artinya pendapatan berpengaruh terhadap kesediaan membayar teh hijau celup (Y). Pendapatan berpengaruh karena semakin tinggi pendapatan maka akan meningkatkan nilai kesediaan membayar teh hijau celup. Hal ini sesuai dengan pendapat Najib dan Priambodo (2014) yang menyatakan bahwa konsumen dengan pendapatan yang lebih tinggi mampu membayar produk atau jasa yang tinggi pula.

Nilai signifikansi selera konsumen (X<sub>3</sub>) sebesar 0,327 ( $P > 0,05$ ) artinya selera konsumen tidak berpengaruh terhadap kesediaan membayar teh hijau celup (Y), karena intensitas pembelian teh hijau celup masyarakat masih rendah. Hal ini sesuai dengan pendapat Najib dan Priambodo (2014) yang menyatakan bahwa intensitas pembelian suatu produk yang dilakukan oleh konsumen

mempengaruhi terhadap kesediaan membayar konsumen.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis permintaan dan kesediaan membayar konsumen (WTP) teh hijau celup di Kelurahan Kraton Kecamatan Tegal Barat Kota Tegal yaitu pendapatan dan konsumsi gula berpengaruh terhadap permintaan teh hijau celup, sedangkan jumlah anggota keluarga dan selera konsumen tidak berpengaruh terhadap permintaan teh hijau celup. Nilai Kesediaan Membayar Konsumen Teh Hijau Celup di Kelurahan Kraton Kecamatan Tegal Barat sebesar Rp. 11.300,-/pak (50gr)/Kk. Hasil analisis menunjukkan pendapatan berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen (WTP) teh hijau celup, sedangkan pendidikan dan selera konsumen tidak berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen (WTP).

### Referensi

- [1] Ameriana, M. 2006. Kesediaan Konsumen Membayar Premium untuk Tomat Aman Residu Pestisida. *J. Holtikultura Balitbag Pertanian*. 16(12) : 165-174.
- [2] Daniel, L. 2009. *Mikro Ekonomi Edisi Keenam*. PT Indeks, Jakarta (Diterjemahkan oleh N. K. Dewi).
- [3] Food and Agriculture Organization of The United Nations (FAO). 2015. *World Tea Production and Trade Current and Future*

Development 2015. FAO, United Nations, Rome.

- [4] Herlambang, E.S., M. Hubeis, dan N.S. Palupi. 2011. Kajian Perilaku Konsumen terhadap Strategi Pemasaran Teh Herbal di Kota Bogor. *J. Manajemen IKM*. 5(2) : 143-151.

- [5] Mirwan, J. 2005. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penawaran Ekspor Teh Indonesia. Program S-1 Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, Bogor. (Skripsi S-1 Pertanian).

- [6] Najib, M. dan L.H. Priambodo. 2014. Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Sayuran Organik dan Faktor yang Mempengaruhinya. *J. Manajemen dan Organisasi*. 5(1).

- [7] Nawawi, H. 2012. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Universitas Gadjah Mada Press, Yogyakarta.

- [8] Swasembada Media Bisnis (SWA). 2014. Survei Konsumsi Teh hijau dalam Kemasan Celup. *SWA Magazine*, Jakarta.

- [9] Syah, A. 2006. *Taklukkan Penyakit dengan Teh Hijau*. PT Agromedia Pustaka, Tangerang.