

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pertanian Organik

Pertanian organik adalah salah satu sistem dari konsep pertanian berkelanjutan dengan sistem produksi berbasis bahan organik dan hayati, ramah lingkungan dan mampu meningkatkan daya dukung lahan (Martodireso dan Suryanto, 2001). Sistem pertanian organik menerapkan konsep “hukum pengembalian”, dimana dengan sistem tersebut diupayakan untuk mengembalikan semua jenis bahan organik ke dalam tanah (Sutanto, 2002).

Penggunaan pupuk organik baik yang alami maupun buatan, pupuk hayati, serta pemberantasan hama, penyakit dan gulma secara biologis adalah contoh-contoh aplikasi sistem pertanian organik (Salikin, 2003). Pertanian organik tidak hanya dilihat dari produk organik yang dihasilkan, tetapi menganut paham organik proses yang berarti semua proses pertanian dimulai dari penyiapan lahan hinggapasca panen memenuhi standar budidaya organik (Jumin, 2002).

Menurut Aliansi Organik Indonesia atau AOI (2015), total luas area organik di Indonesia Tahun 2015 adalah 261.147,30 Ha, meningkat sebesar 21,36% dari Tahun 2014. Angka tersebut merupakan total luas area organik yang terdiri dari lahan pertanian organik, akuakultur (perikanan darat) dan panen liar, yaitu area organik yang tidak dilakukan perawatan lahan tetapi memanen dari kawasan liar seperti hutan (produk umum seperti madu hutan dan gula aren). Luas

lahan pertanian organik komoditas produk pangan, hortikultura dan buah-buahan di Indonesia dalam 4 tahun terakhir disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Lahan Pertanian Organik di Indonesia

Tahun	Luas
	---Ha---
2012	65.840
2013	77.570
2014	72.321
2015	119.379

Sumber: AOI, 2015.

Produk pangan organik adalah suatu produk pertanian yang dihasilkan sesuai dengan standar sistem pangan organik termasuk bahan baku pangan olahan organik, bahan pendukung organik serta tanaman dan produk segar organik (Khorniawati, 2014). Produk pangan organik memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan produk pangan anorganik yaitu ramah lingkungan dan tidak membahayakan kesehatan konsumen (Novandari, 2011). Komoditas organik yang populer di Indonesia antara lain beras, sayuran, buah-buahan, kopi dan madu hutan (AOI, 2015).

2.2. Sayur Organik

Sayur adalah produk hasil pertanian yang merupakan salah satu bahan pangan menyehatkan karena kandungan vitamin, antioksidan dan serat pangan (Muchtadi, 2001). Seiring berkembangnya sistem pertanian organik, berkembang pula produksi sayur organik dimana dalam kegiatan cocok tanamnya tidak

digunakan bahan kimia baik berupa pupuk, pestisida, hormon pertumbuhan dan lain sebagainya (Pracaya, 2002).

Sayur organik sebagai salah satu produk pangan organik memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan sayur anorganik, sehingga jarang ditemui di pasar tradisional, melainkan di supermarket atau agen khusus organik (Apriyani dan Saty, 2013). Penelitian Aryal *et al.* (2005) mengenai kesediaan membayar konsumen produk pangan organik di Kathmandu, Nepal menunjukkan bahwa dibandingkan dengan produk pangan lainnya, komoditas sayur memiliki permintaan yang lebih tinggi yaitu sebanyak 42%, disusul dengan komoditas kacang-kacangan (28%) dan buah (20%).

AOI dalam Statistika Pertanian Organik Indonesia Tahun 2015 menyebutkan bahwa berbeda dari tahun-tahun sebelumnya, saat ini produk pangan organik yang paling sering dikonsumsi konsumen adalah sayuran, diikuti oleh beras dan buah-buahan. Sayuran organik dapat diproduksi bersama dengan komoditas lainnya dalam suatu lahan produksi (AOI, 2015). Luas area produksi sayur organik di Indonesia pada Tahun 2015 disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas Area Produksi Sayur Organik di Indonesia Tahun 2015

Komoditas	Luas ---Ha---
Sayur	177,691
Beras, sayur	293,900
Beras, sayur, buah	92,326
Beras, sayur, buah, kopi	11,000
Sayur, buah	75,886
Sayur, buah, tanaman herbal	0,250

Sumber: AOI, 2015.

2.2.1. Sawi

Sawi merupakan salah satu jenis sayuran yang dikonsumsi di berbagai negara dan memiliki peluang pasar yang besar. Sawi tergolong ke dalam jenis tanaman sayuran daun dimana sebagian besar bagian yang dikonsumsi adalah bagian daunnya (Suparman, 2007). Ilustrasi sayur sawi dapat dilihat pada Ilustrasi 1. Secara umum tanaman sawi memiliki karakteristik yaitu daun yang lonjong, permukaan halus, dan tidak berbulu (Haryanto *et al.*, 2003). Tanaman sawi dapat tumbuh di dataran rendah maupun tinggi dengan ketinggian sekitar 100 mdpl dan memerlukan sinar matahari yang tinggi dengan suhu 20 – 30° C (Supriati *et al.*, 2008).



Ilustrasi 1. Sawi
(Sumber: www.google.com)

Setiap 100 g tanaman sawi mengandung 2,3 g protein, 0,3 g lemak, 4,0 g karbohidrat, 220 mg kalsium, 38 mg fosfor, 2,9 mg zat besi, 1940 mg vitamin A, 0,09 mg vitamin B dan 102 mg vitamin C (Haryanto *et al.*, 2003). Sawi hijau tergolong ke dalam sayuran yang memiliki sumber serat makanan total atau *total dietary fiber* (TDF) yang tinggi, sementara sawi putih tergolong ke dalam sayuran dengan TDF rendah (Muchtadi, 2001).

2.2.2. Kangkung

Kangkung merupakan tanaman semusim yang memiliki bentuk batang beruas dan berongga yang dikonsumsi baik daun maupun batangnya (Supriati *et al.*, 2008). Tanaman kangkung dapat tumbuh baik pada dataran rendah maupun dataran tinggi dengan ketinggian 5 – 1200 mdpl, suhu optimum antara 20 – 32° C dan membutuhkan cukup air yang mengalir sepanjang masa pemeliharaan (Inggah *et al.*, 2011). Ilustrasi kangkung disajikan pada Ilustrasi 2.



Ilustrasi 2. Kangkung
(Sumber: www.google.com)

Tanaman kangkung tergolong dalam jenis sayuran daun yang diperbanyak dengan biji atau benih (Suparman, 2007). Selain ditanam di darat, tanaman kangkung juga dapat dibudidayakan di air. Jenis kangkung air pada umumnya ditanam dalam skala kecil pada lahan sawah yang kurang produktif, kolam, sungai atau rawa yang aliran airnya tenang (Rukmana, 1994).

2.2.3. Selada

Selada adalah salah satu jenis sayuran yang merupakan tanaman semusim, berbentuk rumput dan bunganya tersusun dalam tandan membentuk rangkaian (Supriati *et al.*, 2008). Tanaman selada dapat tumbuh di dataran tinggi namun di

dataran rendah, namun selada dapat tumbuh lebih baik di dataran tinggi dengan suhu udara 15 – 20° C (Haryanto *et al.*, 2003). Beberapa daerah di Indonesia yang menjadi sentra produksi tanaman selada antara lain Pacet, Cipanas dan Lembang di Provinsi Jawa Barat, Tawangmangu, Dieng dan Bandungan di Provinsi Jawa Tengah, serta Batu dan Tengger di Provinsi Jawa Timur (Sunarjono, 2004). Ilustrasi selada disajikan pada Ilustrasi 3.



Ilustrasi 3. Selada
(Sumber: www.google.com)

Selada tergolong ke dalam jenis sayuran yang memiliki sumber serat makanan total atau *total dietary fiber* (TDF) yang tinggi sehingga sangat baik bagi kesehatan (Muchtadi, 2001). Setiap 100 g tanaman selada mengandung 1,2 g protein, 0,2 g lemak, 2,9 g karbohidrat, 22 mg kalsium, 25 mg fosfor, 0,5 mg zat besi, 162 mg vitamin A, 0,04 mg vitamin B dan 8 mg vitamin C (Haryanto *et al.*, 2003).

2.2.4. Bayam

Tanaman bayam sebagai sayuran daun sudah lama dikenal dan dikonsumsi masyarakat luas. Ilustrasi bayam dapat dilihat pada Ilustrasi 4. Bayam merupakan tanaman sayuran yang berbentuk perdu, batangnya lunak dan berwarna hijau

keputih-putihan, putih kemerahan atau hijau, tergantung dari jenisnya (Supriati *et al.*, 2008). Tanaman bayam dapat ditanam di dataran rendah sampai dataran tinggi, dan dapat mencapai produksi dengan hasil maksimal jika dibudidayakan di tempat terbuka dengan kondisi tanah yang subur dan gembur, kaya akan bahan organik, memiliki aerasi dan drainase yang baik serta pH tanah netral (Rukmana, 2005).



Ilustrasi 4. Bayam
(Sumber: www.google.com)

Panen bayam paling lama dilakukan selama 25 hari setelah tanam, karena setelah lebih dari 25 hari kualitasnya akan menurun karena daunnya menjadi kaku (Dalimartha, 2000). Bayam termasuk ke dalam jenis sayuran yang digemari semua lapisan masyarakat di Indonesia untuk diolah menjadi berbagai jenis makanan dan juga berkhasiat sebagai obat (Rukmana, 2009).

Bayam tergolong ke dalam jenis sayuran yang memiliki sumber serat makanan total atau *total dietary fiber* (TDF) yang tinggi, baik serat makanan larut dan serat makanan tidak larut (Muchtadi, 2001). Setiap 100 g sayur bayam mengandung 36 kalori, 3,5 g protein, 6,5 g karbohidrat, 0,5 g lemak, 267 mg kalsium, 67 mg fosfor, 3,9 mg zat besi, 6090 SI vitamin A, 0,08 mg vitamin B, 80 mg vitamin C serta 86,9 g air (Rukmana, 2005)

2.2.5. Brokoli

Brokoli merupakan salah satu tanaman konsumsi yang cukup populer di masyarakat Indonesia, berupa sayuran bunga yang berasal dari negara subtropis. Brokoli membentuk sejenis kepala bunga yang terdiri dari kuntum-kuntum berwarna hijau dengan tangkai bunga yang berdaging dan lonjong berdaun lebar, dan memiliki banyak cabang (Rukmana, 2008). Tanaman brokoli tidak tahan terhadap suhu panas sehingga cocok dibudidayakan di dataran tinggi dengan ketinggian 700 mdpl ke atas dan suhu optimum 18 – 23° C (Safaryani *et al.*, 2007). Ilustrasi brokoli disajikan pada Ilustrasi 5.



Ilustrasi 5. Brokoli
(Sumber: www.google.com)

Brokoli termasuk ke dalam sayuran yang tidak tahan terhadap udara panas dan hujan yang terus menerus. Jika hal tersebut terjadi maka tanaman brokoli dapat menjadi berwarna kekuning-kuningan hingga busuk yang ditandai dengan adanya bintik-bintik hitam (Tim Redaksi AgroMedia, 2008). Kandungan gizi yang terdapat dalam tanaman brokoli antara lain vitamin A, vitamin B, mineral, kalsium, zat besi serta serat yang tinggi (Muchtadi, 2001).

2.2.6. Jagung

Jagung adalah tanaman yang menghasilkan biji yang merupakan sumber karbohidrat potensial untuk bahan pangan, sayuran dan bahan baku berbagai industri makanan (Rukmana, 2012). Tanaman jagung dapat beradaptasi di kondisi iklim yang luas yaitu pada 58° LU sampai dengan 40° LS, dengan rentang ketinggian sampai dengan 3000 mdpl dan suhu optimum pada rentang 23 – 27° C (Syukur dan Rifianto, 2013). Ilustrasi jagung disajikan pada Ilustrasi 6.



Ilustrasi 6. Jagung
(Sumber: www.google.com)

Buah tanaman jagung berbentuk tongkol dengan panjang 8 – 20 cm dan berwarna hijau kekuningan (Tim Redaksi AgroMedia, 2008). Kandungan nutrisi yang terdapat dalam biji jagung antara lain karbohidrat, gula, lemak, protein, vitamin A, asam folat, vitamin C, besi, magnesium dan kalium (Syukur dan Rifianto, 2013).

2.2.7. Wortel

Wortel adalah salah satu tanaman umbi yang populer dikonsumsi sebagai sayur di Indonesia. Bagian tanaman wortel yang dikonsumsi, umbi wortel,

memiliki ciri berbentuk bulat panjang dengan ujung tumpul atau bulat panjang atau pendek dengan ujung lancip atau tumpul, berwarna kuning kemerahan atau jingga dengan kulit tipis, serta tekstur daging renyah dan rasa agak manis (Cahyono, 2002). Tanaman wortel dapat tumbuh dengan baik di daerah yang tingginya lebih dari 500 mdpl dengan pertumbuhan optimal pada daerah dengan ketinggian 1200 mdpl dan memiliki suhu rendah (Pracaya, 2002). Ilustrasi wortel dapat dilihat pada Ilustrasi 7.



Ilustrasi 7. Wortel
(Sumber: www.google.com)

Panen tanaman wortel dilakukan kurang lebih setelah tanaman berumur 3 bulan sejak penyebaran benih. Panen yang terlalu tua dapat menyebabkan kualitas umbi menurun yaitu menjadi keras dan berkayu (Rukmana, 2007). Wortel termasuk jenis sayuran yang mudah rusak, oleh karena itu penanganan panen dan pascapanen harus dilakukan dengan baik. Umbi wortel yang cacat, luka, terpotong atau tergores saat pemanenan akan lebih cepat mengalami pembusukan sehingga menjadi tidak tahan lama (Cahyono, 2002).

2.2.8. Pakcoy

Pakcoy adalah salah satu tanaman berdaun yang dikonsumsi sebagai bahan pangan. Tanaman pakcoy merupakan sayuran yang masih satu golongan dengan

tanaman sawi dan sering disebut sebagai sawi sendok, sawi manis atau sawi daging karena memiliki pangkal sayur yang tebal dan lembut (Paeru dan Dewi, 2015). Pakcoy dikenal sebagai tanaman sayuran daerah iklim sedang (sub-tropis) tetapi saat ini berkembang pesat di daerah panas (tropis). Suhu udara yang dikehendaki untuk pertumbuhan sawi adalah daerah yang mempunyai suhu malam hari 15,6°C dan siang hari 21,1°C (Cahyono, 2003). Ilustrasi pakcoy disajikan pada Ilustrasi 8.



Ilustrasi 8. Pakcoy
(Sumber: www.google.com)

Tanaman pakcoy dapat tumbuh di daerah dengan suhu rendah maupun tinggi, sehingga dapat dibudidayakan di dataran rendah maupun dataran tinggi dengan lokasi terbuka dan drainase yang baik (Wahyudi, 2010). Umur panen pakcoy relatif pendek, tanaman pakcoy dapat dipanen setelah 40 – 5- hari setelah tanam (Haryanto *et al.*, 2003).

2.2.9. Caisim

Caisim adalah salah satu jenis sayuran yang memiliki ciri batang panjang dan tegak, daun berwarna hijau dan lebar, pipih, halus, tidak berbulu dan tidak berkrop (Paeru dan Dewi, 2015). Caisim merupakan tanaman semusim yang pola

pertumbuhan, susunan dan warna tanaman caisim menyerupai tanaman kubis (Sunarjono, 2004). Ilustrasi caisim dapat dilihat pada Ilustrasi 9.



Ilustrasi 9. Caisim
(Sumber: www.google.com)

Tanaman caisim cocok ditanam pada ketinggian 5 – 1.200 meter di atas permukaan laut. Namun di Indonesia biasanya dibudidayakan pada daerah yang mempunyai ketinggian 100 sampai 500 meter di atas permukaan laut dengan suhu optimum 25°C – 36°C (Haryanto *et al.*, 2003). Caisim mengandung berbagai macam vitamin, diantaranya vitamin A, vitamin K, vitamin C, vitamin E, karotenoid dan folat. Caisim juga mengandung serat yang tinggi yang bermanfaat untuk menurunkan kadar kolesterol dan gula darah (Tintondp, 2015).

2.3. Konsumen Produk Pangan Organik

Konsumen produk pangan organik adalah orang-orang yang mengkonsumsi produk pangan yang diproduksi secara organik, baik konsumsi secara terus menerus maupun tidak. Setiap konsumen produk pangan organik memiliki perbedaan pada nilai-nilai yang mendasari konsumsi pangan, gaya hidup, serta pola pembelian produk pangan yang menyebabkan perbedaan perilaku pada masing-masing konsumen (Hamzaoui dan Zahaf, 2012). Motif

pembelian produk pangan organik berkaitan dengan kesadaran lingkungan dan kesehatan, kepentingan keamanan dan kualitas produk, serta spesifikasi atribut produk seperti nilai gizi, rasa, kesegaran dan harga (Krystallis dan Chrysohoidis, 2005).

Konsumen produk pangan organik dinilai memiliki kesadaran tinggi terhadap lingkungan, maka dari itu memilih untuk mengonsumsi produk pangan organik yang ramah lingkungan meskipun memiliki harga yang relatif lebih mahal (Junaedi, 2005). Berkaitan dengan demografi sosial, pembeli produk pangan organik didominasi oleh konsumen wanita yang membeli produk pangan organik dalam kuantitas dan frekuensi lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen laki-laki (Krystallis dan Chrysohoidis, 2005).

2.4. Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*)

Kesiediaan membayar atau *willingness to pay* (WTP) adalah nilai ekonomi yang didefinisikan sebagai jumlah maksimum seseorang ingin mengorbankan barang atau jasa untuk memperoleh barang atau jasa lainnya (Priambodo dan Najib, 2014). Nilai WTP menggambarkan keinginan membayar seseorang terhadap suatu barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Perhitungan nilai WTP dapat dilakukan secara langsung yaitu dengan melakukan survei dan secara tidak langsung yaitu dengan menggunakan harga implisit dimana WTP dapat diketahui melalui model yang dikembangkan (Fauzi, 2006).

Kesiediaan konsumen untuk membayar lebih pada suatu produk bersifat personal, artinya karakteristik konsumen dan faktor demografi mempengaruhi

kesediaan konsumen untuk membayar (Ameriana, 2006). Perhitungan WTP konsumen terhadap suatu produk dapat dijadikan sebagai sarana prediksi yang baik bagi permintaan produk tersebut (Krystallis dan Chrysohoidis, 2005). Nilai WTP dapat dijadikan sebagai pengukur hubungan antara nilai yang dinyatakan bersedia dibayarkan konsumen dengan harga aktual produk yang terkait. Selisih harga yang bersedia dibayarkan konsumen dengan harga produk yang sebenarnya dapat memberikan informasi yang berguna mengenai nilai yang konsumen tetapkan untuk produk tertentu dan dapat dijadikan indikator yang baik dalam mengestimasi permintaan produk (Hamzaoui dan Zahaf, 2012).

2.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar

Kesiediaan konsumen untuk membayar lebih pada suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor serta karakteristik dari masing-masing konsumen. Beberapa karakteristik yang diukur dalam mengidentifikasi konsumen adalah karakteristik demografi yang terdiri dari jenis kelamin, usia, kewarganegaraan, status pernikahan, pendapatan, pekerjaan, lokasi geografi dan lain sebagainya (Sumarwan, 2011). Selain faktor demografi sosial, kesiediaan membayar konsumen juga sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap produk organik, yaitu apakah kualitas yang diperoleh sebanding dan layak untuk diperoleh dengan harga yang tinggi (Aryal *et al.*, 2005).

Priambodo dan Najib (2014) dalam penelitiannya mengenai kesiediaan membayar konsumen sayur organik di Bogor menemukan bahwa atribut produk sayur organik seperti rasa, tekstur dan kesegaran sayur menjadi salah satu faktor terbesar dalam mempengaruhi kesiediaan membayar konsumen. Berdasarkan

penelitian terdahulu, karakteristik demografi yang diduga mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap produk sayur organik yaitu, usia, tingkat pendidikan, status pernikahan, jumlah anggota keluarga, dan pendapatan, sementara faktor diluar konsumen yang diduga mempengaruhi kesediaan membayar adalah harga dan kualitas produk sayur organik.

2.5.1. Usia

Usia merupakan salah satu karakteristik demografi yang diduga memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen untuk mendapatkan produk sayur organik. Preferensi konsumen dan kesediaannya membayar lebih untuk produk pangan organik didominasi oleh faktor ekonomi dan faktor sosial seperti usia, pendidikan, pendapatan dan lain-lain (Muljaningsih, 2011). Ameriana (2006) dalam penelitiannya mengenai kesediaan membayar konsumen tomat organik dengan harga premium di Bandung menemukan bahwa sebagian besar konsumennya didominasi oleh orang dewasa berusia 32 tahun ke atas.

Konsumen perempuan terutama dengan usia muda cenderung bersedia membayar lebih bagi produk organik untuk mengurangi risiko adanya pencemaran oleh bahan kimia pada produk pangan (Henson, 1996). Meskipun usia bukan faktor yang memegang peran penting, umumnya konsumen dengan usia yang lebih muda memiliki kemungkinan bersedia membayar lebih untuk produk pangan organik yang disebabkan oleh kesadaran akan kesehatan dan lingkungan yang juga tinggi (Krystallis dan Chryssohoidis, 2005).

2.5.2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu karakteristik demografi yang diduga memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen untuk mendapatkan produk sayur organik, meskipun berbagai penelitian menunjukkan hasil yang beragam. Meningkatnya tingkat pendidikan konsumen dapat menunjukkan semakin meningkat pula peluang konsumen untuk memiliki penghasilan menengah ke atas, serta terbukanya akses informasi yang memadai, yang dapat menyebabkan adanya peningkatan kesadaran akan pentingnya produk pangan organik yang bermanfaat untuk kesehatan manusia dan lingkungan (Priambodo dan Najib, 2014).

Tingkat pendidikan yang tinggi cenderung merupakan kontributor positif dan signifikan secara statistik terhadap kesediaan konsumen membayar produk pangan organik dalam rangka menghilangkan unsur kimia pada produk pangan yang akan dikonsumsi (Canavari *et al.*, 2002). Penelitian yang dilakukan oleh Sriwaranun *et al.* (2015) mengenai kesediaan membayar lebih untuk produk pangan organik di Thailand menunjukkan bahwa konsumen dengan tingkat pendidikan rendah juga menilai produk pangan organik sebagai produk pangan yang memiliki kualitas lebih baik dibandingkan produk pangan konvensional atau anorganik, dan untuk itu bersedia membayar lebih untuk mendapatkannya.

2.5.3. Status Pernikahan

Status pernikahan merupakan salah satu karakteristik demografi konsumen yang diduga berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen terhadap

produk sayur organik. Sebagian besar kajian yang berkaitan dengan kesediaan membayar konsumen mengidentifikasi bahwa perempuan dengan status menikah memiliki peluang lebih besar untuk membayar produk yang sehat dan ramah lingkungan (Krystallis dan Chryssohoidis, 2005). Sriwaranun *et al.*, 2005 mengemukakan bahwa status pernikahan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kesediaan membayar konsumen untuk memperoleh pangan organik, dimana konsumen yang sudah menikah cenderung memiliki peluang bersedia membayar yang cukup tinggi.

2.5.4. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga merupakan salah satu karakteristik demografi konsumen yang diduga berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen terhadap produk sayur organik. Priambodo dan Najib (2014) menemukan bahwa sebagian besar konsumen produk sayur organik adalah konsumen yang telah berkeluarga dengan jumlah anggota keluarga sebanyak 3 – 4 orang. Keberadaan anak atau bayi dalam keluarga dapat memberikan peran penting terhadap peralihan keluarga ke pola hidup sehat yang ditandai dengan konsumsi produk pangan organik (Hamzaoui dan Zahaf, 2012).

Krystallis dan Chryssohoidis (2005) menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan secara signifikan antara keluarga dengan anak-anak dan keluarga tanpa anak-anak terhadap kesediaan membayar serta frekuensi pembelian produk pangan organik. Namun demikian, pada penelitian Sriwaranun *et al.* (2015) ditemukan bahwa konsumen dengan jumlah anggota keluarga yang banyak memiliki kemungkinan lebih kecil untuk bersedia membayar produk pangan

organik dibandingkan dengan konsumen yang anggota rumah tangganya lebih sedikit.

2.5.5. Pendapatan

Tingkat pendapatan merupakan salah satu karakteristik demografi yang diduga memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen untuk mendapatkan produk sayur organik. Harga lebih tinggi yang bersedia dibayarkan konsumen untuk produk pangan yang bebas residu bahan kimia atau produk organik cenderung memiliki hubungan positif dengan pendapatan rumah tangga (Sriwaranun *et al.*, 2015).

Semakin tinggi tingkat pendapatan konsumen, maka diduga semakin besar pula kesediaan membayar terhadap produk sayuran organik (Priambodo dan Najib, 2014). Jumlah pendapatan tidak hanya berpotensi mempengaruhi kesediaan membayar pada produk pangan organik, tetapi juga mempengaruhi kuantitas dari produk pangan organik yang dibeli atau dikonsumsi (Hamzaoui dan Zahaf, 2012).

2.5.6. Harga Produk

Harga produk merupakan salah satu karakteristik demografi yang diduga memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen untuk mendapatkan produk sayur organik. Sayur organik yang merupakan produk pangan organik memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan sayur konvensional atau anorganik (Apriyani dan Saty, 2013). Harga produk pangan organik yang lebih tinggi dibandingkan dengan non organik menyebabkan konsumen harus

mengeluarkan biaya tambahan, namun di lain pihak konsumen memiliki keterbatasan berupa pendapatan (Ameriana, 2006).

Konsumen produk pangan organik sangat terfragmentasi dalam hal yang berkaitan dengan tingkat kesadaran lingkungan dan kesediaan untuk memilih produk yang lebih mahal namun berorientasi lingkungan seperti produk pangan organik (Krystallis dan Chryssohoidis, 2005). Harga lebih tinggi yang bersedia dibayarkan konsumen untuk membeli produk sayur organik bervariasi dan dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya pada masing-masing daerah atau negara (Sriwaranun *et al.*, 2015).

2.5.7. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta karakteristik dari suatu produk pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumennya (Kotler, 2005). Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka konsumsi sesuai dengan harapan mereka dan berkualitas baik (Lupiyoadi, 2001). Konsumen produk pangan organik sebagian besar menilai produk pangan organik sebagai produk pangan yang lebih sehat, lebih ramah lingkungan dan memiliki kualitas terbaik (Hamzaoui dan Zahaf, 2012).

Tangkulung *et al.* (2015) dalam penelitiannya mengenai kepuasan konsumen terhadap atribut produk sayuran organik di Manado menggunakan atribut harga, ketersediaan produk sayur organik dan kualitas produk berupa penampilan fisik serta kemasan sebagai indikator. Atribut kualitas produk berupa

penampilan fisik diuraikan dengan variabel penampilan fisik sayur organik yang segar, warna sayur organik cerah dan sayur organik tidak mudah busuk.

Penelitian Waskito *et al.* (2014) mengenai persepsi konsumen terhadap makanan organik di Yogyakarta mengukur persepsi konsumen yang membentuk keinginan konsumen untuk mengonsumsi makanan organik yaitu kesehatan, kualitas, harga, ramah lingkungan dan *food safety*. Pada penelitian tersebut, pengukuran variabel persepsi mengenai atribut kualitas produk didasarkan pada indikator yaitu makanan organik memiliki rasa yang lebih lezat dan makanan organik lebih segar.