

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

- Konsumen produk sayur organik di pasar modern wilayah Jakarta Selatan didominasi oleh konsumen perempuan, kelompok usia 41 – 50 tahun, latar belakang pendidikan Strata 1, sudah menikah, memiliki jumlah anggota keluarga 4 orang, memiliki pendapatan sebesar Rp 7.000.000,00 – Rp 9.999.999,00 per bulan, membeli produk sayur organik dengan rentang harga Rp 10.001,00 – Rp 15.000,00, memberi skor 8 atau baik pada kualitas produk sayur organik, frekuensi pembelian produk sayur organik adalah 1 minggu sekali dan pengeluaran untuk produk sayur organik per bulan > Rp 50.000,00.
- Nilai rata-rata maksimum WTP konsumen produk sayur organik untuk jenis sayur sawi adalah lebih tinggi 10,50% dari harga saat ini, kangkung lebih tinggi 10,50% dari harga saat ini, selada lebih tinggi 8,50% dari harga saat ini, bayam lebih tinggi 10,55% dari harga saat ini, brokoli lebih tinggi 10,77% dari harga saat ini, jagung 10% lebih tinggi dari harga saat ini, wortel 10% lebih tinggi dari harga saat ini, pakcoy 15% lebih tinggi dari harga saat ini, dan caisim 9,5% lebih tinggi dari harga saat ini.
- Faktor usia, tingkat pendidikan, status pernikahan, jumlah anggota keluarga, jumlah pendapatan per bulan, harga dan kualitas produk sayur

organik secara serempak mempengaruhi kesediaan membayar konsumen. Secara parsial, faktor yang secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar lebih tinggi dari harga produk sayur organik saat ini adalah faktor tingkat pendidikan, jumlah pendapatan per bulan dan kualitas produk.

5.2. Saran

Saran untuk pemerintah agar mengedukasi dan melakukan sosialisasi mengenai informasi dan manfaat produk pangan organik kepada masyarakat dengan tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan menengah ke bawah. Diharapkan dengan adanya sosialisasi muncul kepedulian dan kesadaran dari masyarakat untuk semakin memahami manfaat dan pentingnya produk pangan organik. Saran untuk pasar modern sebagai pemasar agar memperhatikan dan menjaga kualitas produk sayur organik, serta lebih memperhitungkan dengan cermat harga jual produk sayur organik karena sebagian besar konsumen hanya bersedia membayar lebih tinggi 10% dari harga saat ini. Selanjutnya untuk menerapkan strategi promosi untuk produk sayur organik yang sesuai dengan segmen konsumen.