



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 18705-18714

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Terhadap Kualitas Cabai Merah Keriting Pedagang Sayuran Keliling Di Kota Serang

Aliudin^{1✉}, Fanny Putri Fristiya², Marsela Natasya³, Nasywa Salsabila⁴, Elis Rohelis⁵, Zharifita Kusuma Dewi⁶, Nayra Rahma Sephya⁷, Masrifa Septiana⁸, Nur Halizah⁹, Desta Gisella Amelia¹⁰, Aniq Juman Ramadhani¹¹

Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email: aliudin@untirta.ac.id[✉]

Abstrak

Cabai menjadi komoditas yang digemari masyarakat Indonesia. Cabai sering dianggap sebagai kebutuhan dasar masakan sehari-hari masyarakat Indonesia yang gemar menyantap makanan pedas. Penelitian bertujuan untuk mengetahui berapa estimasi dan persentase perubahan harga cabai yang dibayar oleh konsumen berdasarkan (*Willingness to pay*) dan menganalisis aspek-aspek yang memengaruhi kesiediaan membayar konsumen terhadap cabai. Metode penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Analisis data menggunakan metode kuantitatif, deskriptif dan regresi linear berganda. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh langsung dari konsumen melalui kuesioner serta data sekunder dari Badan Pusat Statistik (BPS), buku literatur, jurnal dan skripsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata maksimum WTP cabai sebesar Rp. 46.000/kg. Aspek yang memengaruhi kesiediaan membayar secara signifikan adalah pendapatan dan pengeluaran konsumen. Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ialah perlu adanya peningkatan kesadaran untuk memahami kualitas cabai agar dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. Harapannya Pemerintah mengeluarkan kebijakan terkait harga cabai di pasaran.

Kata kunci : *Cabai, Harga, Kesiediaan Untuk Membayar, dan Konsumen*

Abstract

Chili is a popular commodity among Indonesians. Chili is often considered a basic necessity for the daily cooking of Indonesian people who like to eat spicy food. The study aims to determine the estimate and percentage change in the price of chili paid by consumers based on (Willingness to pay) and analyze the aspects that affect consumers' willingness to pay for chili. The sampling method uses purposive sampling. Data analysis uses quantitative, descriptive and multiple linear regression methods. The data used consists of primary data obtained directly from consumers through questionnaires and secondary data from the Central Bureau of Statistics (BPS), literature books, journals and theses. The results showed that the maximum average value of chili WTP was Rp. 46,000/kg. Aspects that significantly affect willingness to pay are consumer income and expenditure. The suggestion that can be given from the research results is that there is a need to increase awareness to understand the quality of chili so that it can be consumed by all groups. It is hoped that the Government will issue policies related to the price of chili in the market.

Keyword : *Chili, Price, and Willingness to pay, and Consument.*

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki sektor pertanian yang perekonomiannya diunggulkan oleh negara. Banyaknya komoditi hasil pertanian dan tingginya daya saing komoditi mampu meningkatkan perekonomian. Terdapat beberapa alasan mengapa pentingnya sektor pertanian, yaitu sektor pertanian memiliki beragam potensi yang melimpah, kontribusi untuk pendapatan nasional cukup besar, banyak penduduk yang bermata pencaharian sebagai petani serta memajukan basis pertumbuhan ekonomi pedesaan.

Cabai merah keriting (*Capsium annuum*) menjadi salah satu hasil pertanian yang masuk kedalam bahan pangan yang memiliki banyak kegunaan terutama sebagai bumbu masak dikarenakan Indonesia terkenal dengan masakan berbumbu pedas, selain itu cabai merah keriting berguna sebagai penambah nafsu makan, bahan ramuan obat tradisional maupun sebagai bahan baku industri. Cabai merah keriting memiliki kandungan gizi yaitu karbohidrat, protein, lemak, kalsium, fosfor, besi serta berbagai vitamin dan mineral.

Melihat betapa pentingnya sektor pertanian, kualitas dari hasil pertanian menjadi perhatian penting, dikarenakan dalam memilih suatu produk hal pertama yang akan dilihat adalah kualitas dari produk yang ditawarkan. Produk hasil pertanian dituntut untuk memiliki kualitas yang optimal agar bisa bersaing di pasaran. Karakter hasil pertanian yang mudah rusak harus mendapatkan penanganan yang tepat, sehingga ketika produk sampai ke tangan konsumen produk bisa berada dalam keadaan yang paling optimal. Tentunya permasalahan kualitas juga terdapat pada hasil pertanian cabai merah keriting, semakin baik

kualitas cabai merah keriting yang ditawarkan maka akan semakin tinggi tingkat penawaran oleh konsumen.

Willingness to pay dijelaskan sebagai harga tertinggi yang sanggup konsumen bayarkan untuk memperoleh manfaat dari barang atau jasa, ini berfungsi sebagai indikator seberapa besar harga yang disediakan konsumen untuk barang atau jasa tersebut. Kesiapan membayar konsumen yang dipengaruhi oleh harga akan berpengaruh besar terhadap permintaan cabai merah keriting dikarenakan harganya yang sering mengalami fluktuasi di pasaran. Kenaikan harga cabai merah dipengaruhi oleh musim tanam dan musim panen serta iklim dan cuaca.

Pasar merupakan tempat berlangsungnya jual beli barang ataupun jasa, bisa dikatakan pasar adalah tempat dimana penjual dengan pembeli bertemu. Selain berjualan di pasar, penjual biasanya akan berkeliling langsung untuk mencari konsumen. Seperti halnya pedagang sayuran keliling yang menjual aneka jenis sayuran dengan cara berkeliling. Sayuran yang dijual biasanya dalam bentuk eceran tidak seperti di pasar, hal ini memudahkan konsumen untuk menyesuaikan antara kebutuhan dengan pendapatan mereka.

Berdasarkan pemaparan diatas mendorong adanya penelitian terkait kesiapan membayar konsumen untuk kualitas cabai merah keriting dengan judul "Analisis Kesiapan Membayar (*Willingness to pay*) terhadap Kualitas Cabai Merah Keriting pada Pedagang Sayur Keliling di Kota Serang". Diharapkan, agar hasil dari penelitian ini bisa menjadi pedoman bagi pasar dalam menentukan harga cabai merah keriting sejalan dengan kualitas dan kesiapan membayar konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui estimasi dan persentase perubahan dalam harga yang dibayarkan konsumen untuk cabai merah keriting berdasarkan (*Willingness to pay*) dan untuk mengetahui faktor-faktor yang berdampak terhadap kesiapan membayar konsumen untuk cabai merah keriting.

METODE PENELITIAN

Populasi merupakan seluruh komponen yang tercakup dalam sebuah penelitian, termasuk objek atau subjek yang memiliki ciri dan karakteristik tertentu. Sampel merupakan bagian dari populasi yang terpilih menjadi sumber data dalam penelitian dan memiliki karakteristik representasi dari populasi. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel

menggunakan *Purposive Sampling*. Pengambilan sampel dengan *Purposive Sampling* diambil berdasarkan kriteria, pemikiran atau pengetahuan pengambil sampel.

Metode purposive sampling membutuhkan kriteria tertentu bagi responden, yaitu mereka harus merupakan warga perumahan Bumi Mutiara Serang dan pernah membeli cabai merah keriting di pedagang sayur keliling. Responden yang memenuhi kriteria akan terpilih menjadi sampel penelitian. Pada penelitian ini, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 53 responden yang dihitung menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{115}{1 + 115(0,1)^2}$$
$$n = 53$$

Penelitian ini memperoleh data melalui teknik pengumpulan data primer yang diperoleh langsung dari konsumen cabai merah keriting. Sementara itu, data sekunder diambil dari jurnal, buku literatur, skripsi, media internet serta Badan Pusat Statistik (BPS). Dalam mengukur sikap dan persepsi seseorang mengenai fenomena sosial yang terjadi, maka penelitian ini menggunakan Skala Likert.

Pengolahan data dilakukan menggunakan skala likert, berdasarkan jawaban responden atas pertanyaan yang diberikan, dengan bobot nilai 1 sampai 5. Setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi nilai sebagai berikut :

| | |
|---------------|---------------|
| Tidak pernah | Bobot nilai 1 |
| Jarang | Bobot nilai 2 |
| Kadang-kadang | Bobot nilai 3 |
| Sering | Bobot nilai 4 |
| Selalu | Bobot nilai 5 |

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dan kuantitatif. Pengolahan data secara manual dengan bantuan aplikasi SPSS 21 dan Microsoft Office Excel. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik konsumen cabai merah keriting yang diilustrasikan melalui uraian data statistik dalam bentuk tabel.

Metode yang digunakan pada analisis ini yaitu *Willingness to pay* (WTP). Metode ini membantu responden dalam mengklasifikasikan minat mereka untuk membayar lebih atau tidak. Analisis *Contingent Valuation Method* (CVM) diperlukan untuk menghitung nilai rata-rata WTP yang dibayarkan lebih oleh konsumen cabai merah keriting. CVM merupakan teknik untuk menaksir nilai yang diberikan oleh responden terhadap barang yang memiliki

Copyright @ Aliudin, Fanny Putri Fristiya, Marsela Natasya, Nasywa Salsabila, Elis Rohelis,

Zhariftha Kusuma Dewi, Nayra Rahma Sephya, Masrifa Septiana, Nur Halizah,

Desta Gisella Amelia, Aniq Juman Ramadhani

tujuan mengetahui kesiapan masyarakat untuk membayar demi memperbaiki lingkungan serta permintaan mereka dalam menerima timbal balik dari lingkungan.

Tahapan analisis CVM meliputi :

1. Membuat Hipotesis Pasar

Hipotesis pasar memberikan gambaran fenomena yang sedang terjadi pada perubahan lingkungan di masa depan. Hipotesis pasar pada penelitian ini dibangun untuk menjual kesediaan seseorang membeli jenis cabai merah keriting berkualitas tinggi yang dijual oleh pedagang sayur keliling.

2. Menentukan nilai penawaran WTP (*bids*)

Wawancara langsung dilakukan untuk mendapatkan nilai tawaran, dengan cara memberikan pertanyaan transparan kepada konsumen tentang nilai yang bersedia dibayarkan untuk membeli cabai merah keriting di pedagang sayur keliling dengan menggunakan metode lelang (*bidding games*). *Bidding games* merupakan suatu metode yang menyatakan kecenderungan responden dalam memilih dimana nantinya diajukan sebuah pertanyaan terkait kesediaan responden untuk membayar dengan sejumlah nilai tertentu. Untuk mencapai nilai tertinggi yang disepakati dan minat dibayarkan oleh responden, bisa dilakukan dengan menaikan atau menurunkan nilai tergantung respon dari responden atas pertanyaan yang sudah diajukan sebelumnya.

3. Menghitung nilai rata-rata WTP

Nilai ini dapat dihitung dari nilai rata-rata WTP yang diperoleh dari responden. Menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$\sum WTP = \frac{\sum_{i=1}^n W_i}{n}$$

Keterangan :

EWTP = Dugaan nilai rata-rata WTP

W_i = Nilai WTP ke-i

n = Jumlah responden

i = Responden ke-i yang bersedia membayar (i = 1,2,.....,n)

Analisis regresi linear berganda menggambarkan hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen (X₁, X₂, ..., X_p) dengan variabel dependennya (Y). Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda diterapkan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kesediaan membayar (WTP) cabai merah keriting. Secara matematis, berikut persamaan analisis regresi linear berganda :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Keterangan :

- Y = Kesiediaan Membayar (*Willingness to pay*)
a = Konstanta (prediksi nilai saat variabel bebas tidak mempengaruhi)
X₁ = Pendapatan Responden
X₂ = Harga Barang
 β_1, β_2 = Koefisien Arah Regresi (nilai peningkatan/penurunan)
e = *Error Term*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan Besaran Nilai WTP

Willing to pay ditentukan dari nilai penawaran (nilai lelang) suatu produk yang sebelumnya sudah diketahui. Cara yang bisa dilakukan untuk mengetahui nilai lelang suatu produk yaitu menggunakan metode survei dengan teknik wawancara langsung atau kuisioner. Survei ini bertujuan untuk mendapatkan nilai kesiediaan responden dalam membayar suatu produk atau barang. Survei berisi pertanyaan mengenai pengalaman responden dalam membeli cabai merah keriting di pedagang sayur keliling. Responden diberikan pertanyaan seputar pendapatan, pengeluaran, serta harga maksimum yang mampu dibayarkannya untuk mendapatkan cabai merah keriting berkualitas. Sebelumnya responden sudah melakukan pembelian dengan harga tertentu yang disebut dengan nilai awal (*Starting Point*), kemudian responden memutuskan sendiri harga tertinggi yang akan dibayarkannya untuk mendapatkan cabai merah keriting yang berkualitas. Nilai *Willing to pay* ini berasal dari responden yang memiliki kriteria yang sebelumnya sudah ditentukan, studi kasus dilakukan pada responden yang berdomisili di Kota Serang.

Menghitung Estimasi Rata-Rata WTP

Pada studi kasus ini dugaan nilai rata-rata WTP responden terhadap cabai merah keriting didasarkan pada nilai WTP yang diperoleh dari 60 responden. Berikut ini rumus yang digunakan untuk memperkirakan nilai rata-rata kesiediaan membayar responden :

$$\sum WTP = \frac{\sum_{i=1}^n W_i}{n}$$

Keterangan :

EWTP = Dugaan nilai rata-rata WTP

W_i = Nilai WTP ke-i

n = Jumlah responden

i = Responden ke-i yang bersedia membayar (i = 1,2,...,n)

Table 1. Nilai rata-rata WTP

| No | Harga jual (Rp/Kg) | N | Nilai WTP (Rp/kg) | EWTP (Rp/Kg) |
|----|--------------------|----|-------------------|--------------|
| 1. | 45.000 | 9 | Rp1.000 | Rp111,11 |
| 2. | 46.000 | 15 | Rp2.000 | Rp133,33 |
| 3. | 47.000 | 12 | Rp3.000 | Rp250,00 |
| 4. | 48.000 | 6 | Rp4.000 | Rp666,66 |
| 5. | 49.000 | 11 | Rp5.000 | Rp454,55 |

Hasil nilai rata-rata WTP responden untuk cabai merah keriting menyatakan bahwa terdapat 5 skala pengukuran ketersediaan responden membayar lebih dari harga cabai merah keriting untuk mendapatkan cabai yang berkualitas. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa nilai rata-rata WTP tertinggi yaitu sebesar Rp666,66/Kg. Hal ini terjadi karena responden bersedia membayar lebih untuk cabai merah keriting dengan harga jual tertinggi Rp48.000/Kg, sehingga nilai rata-rata yang dihasilkan juga lebih besar.

Data sampel yang dianalisis diambil menggunakan teknik accidental sampling. Data tersebut berbentuk skala ordinal yang dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil dari analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* cabai merah keriting dapat dilihat pada tabel 4.1.4

Table 2. Hasil uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|----------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 96958325.21 | 3 | 32319441.74 | 1639.047 | .000 ^b |
| | Residual | 966203.095 | 49 | 19718.431 | | |
| | Total | 97924528.30 | 52 | | | |

a. Dependent Variable: WTP

b. Predictors: (Constant), Pengeluaran, Harga Produk, Pendapatan

Dari hasil uji anova diatas, didapat nilai signifikan sebesar 0,000 ($< 0,05$), ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pendapatan dan pengeluaran terhadap *willingness to pay*.

Table 3. Hasil analisis determinasi R Square

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .995 ^a | .990 | .990 | 140.422 |

a. Predictors: (Constant), Pengeluaran, Harga Produk, Pendapatan

b. Dependent Variable: WTP

Nilai R Square sebesar 0,990 atau (99%), mengindikasikan bahwa pendapatan dan pengeluaran mempengaruhi *willingness to pay* sebesar 99%. Sementara 1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Nilai *Adjusted R Square* adalah nilai R Square yang disesuaikan, dengan ketentuan bahwa nilai n selalu lebih kecil dari nilai R square. Nilai ini relatif mempunyai harga negatif.

Nilai *Standard Error of the Estimate* mengukur seberapa besar kesalahan model dalam memprediksi nilai Y. Diperoleh nilai sebesar 140,422. Karena angka tersebut lebih kecil dari standar deviasi Y, maka data pada tabel di atas memiliki kemampuan yang baik dalam memprediksi nilai Y.

SIMPULAN

Analisis kesediaan membayar responden terhadap kualitas cabai merah keriting di pedagang sayur keliling Kota Serang menyimpulkan bahwa mayoritas konsumen perempuan, rata-rata usia kurang dari 20 tahun, tingkat pendidikan paling tinggi strata 1, dengan rata-rata pendapatan Rp2.000.000 - Rp4.000.000 menunjukkan kesediaan membayar paling tinggi. Temuan ini didukung oleh hasil dan pembahasan penelitian. Pada interval kepercayaan 95%, kesediaan membayar dipengaruhi oleh pendapatan dan pengeluaran. Berdasarkan kesimpulan diatas, rekomendasi yang dapat diberikan adalah meningkatkan kesadaran pentingnya memahami kualitas cabai merah keriting agar semua orang dapat mengkonsumsinya. Kami berharap pemerintah dapat menerapkan kebijakan yang masuk akal tentang harga cabai merah keriting di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1), 15-31.
- Azwan, Muhammad, et al. "ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN CABAI MERAH DI PASAR BENAI KECAMATAN BENAI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI." *Jurnal Green Swarnadwipa*, vol. 11, no. 3, 2022, p. 433.
- Efrita, Edi and Elni Mutmainnah. "Analisis Keputusan Pembelian Cabai Merah di Pasar Tradisional Kota Bengkulu." *Jurnal Agribis* 14.2 (2021): 1817.
- Fajria, Fatha, Dyah Ethika and Djeimy Kusnaman. "Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern PURwokerto dan Faktor yang Memengaruhi." *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 17.1 (2020): 41-44.
- Kusumaningrum, Septiana Indriani. 2019. PEMANFAATAN SEKTOR PERTANIAN SEBAGAI PENUNJANG PERTUMBUHAN PEREKONOMIAN INDONESIA. *Jurnal Transaksi*. Vol 11(1) : 80-89.
- Maha Rianti, Titis Surya and Imalatul Royhana. "Kesiediaan Membayar Konsumen Beras Merah di Kota Malang." *Jurnal Agribisnis* 4.2 (2024): 213-215.
- Matondang, Irfan Gunawan and Sugeng Heri Suseno. "Estimasi Nilai Ekonomi dan Willingness to Pay (WTP) Masyarakat Terhadap Upaya Pelestarian Sumberdaya Air di Desa Sukadamai, Kecamatan Dramaga, Bogor, Jawa Barat." *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat* 2.5 (2020): 824.
- Pertiwi, Tazya Aulia and Dyah Ethika Noecchdijati. "Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Pengunjung dalam Upaya Pengembangan Agrowisata "Sweetberry" di Kabupaten Cianjur." *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 6.2 (2022): 503-505.
- Putri Mega, Arnesia Ramadani, et al. "ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (WILILNGNESS TO PAY) KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK SAYURAN MELALUI ONLINE MARKET SAYURBOX." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGRINFO GALUH*, vol. 9, no. 1, 2022, pp. 364-365.
- Setyawan, T. B., Fahrudin, A., & Susanto, H. A. (2020). Valuasi Ekonomi Wisata Memancing di Perairan Laut Sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten: Pendekatan Contingent Valuation Method dan Travel Cost Method. *Journal of Regional and Rural Development Planning (Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Perdesaan)*, 4(3), 172-185.

- Dina, Laelani., dkk. (2020) Analisis Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Pedagang Dalam Pengelolaan Sampah Di Pasar Segamas Kabupaten Purbalingga. *Buletin Keslingmas*. Vol 39 (2) : 102 - 110
- Wardhani, Yustiana., dkk. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur Keliling Di Kota Bogor. *Jurnal Ekono Insentif*. Vol 14 (1) : 35 - 53
- Pangkey, Ebenhaezer., dkk. (2024). Analisis Keuntungan Pedagang Sayur Keliling Di Kelurahan Lawangirung Kecamatan Wenang Kota Manado. *Jurnal Terdisiplin Pertanian*. Vol 20 (5) : 619 - 624