

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) SAWI (*Brassica Juncea L*) HIDROPONIK
(Studi Kasus : UMKM Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)**

SKRIPSI

OLEH:

BINTER NGOLU SINAGA

208220028



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 2/9/25

Access From (repository.uma.ac.id)2/9/25

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR(WILLINGNESS TO
PAY) SAWI (*Brassica Juncea L*) HIDROPONIK
(Studi Kasus : UMKM Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan
Area, Kota Medan)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Di

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian niversitas Medan Area



OLEH:

BINTER NGOLU SINAGA

208220028

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/9/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)2/9/25

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) SAWI (*Brassica Juncea L*) HIDROPONIK
(Studi kasus: UMKM Syifa Hidroponik kecamatan Medan Area Kota Medan)

Nama : Binter Ngolu Sinaga
NPM : 208220028
Prodi/Fakultas : Agribisnis / Pertanian

Disetujui oleh :
Komisi Pembimbing


SRI ARIANI SAFITRI, SP, M. Si

Dosen Pembimbing

Diketahui Oleh:


Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M. Si
Dekan Fakultas Pertanian


Marizha Nurcahyani, S.ST, M.Sc
Ketua Prodi Agribisnis

Tanggal Lulus: 13 Maret 2025

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya sendiri. Adapun bagian bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dan sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini

Medan, Maret 2025



Binter Ngolu Sinaga

NIM:208220028

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Binter Ngolu Sinaga

NIM : 208220028

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Royalti Noneklusif (*Non-Exclusif Royalti Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Sawi (*Brassica juncea L*) (studi kasus: UMKM Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan Area, Kota Medan" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Dibuat : Medan

Pada Tanggal : Maret 2025

Yang menyatakan



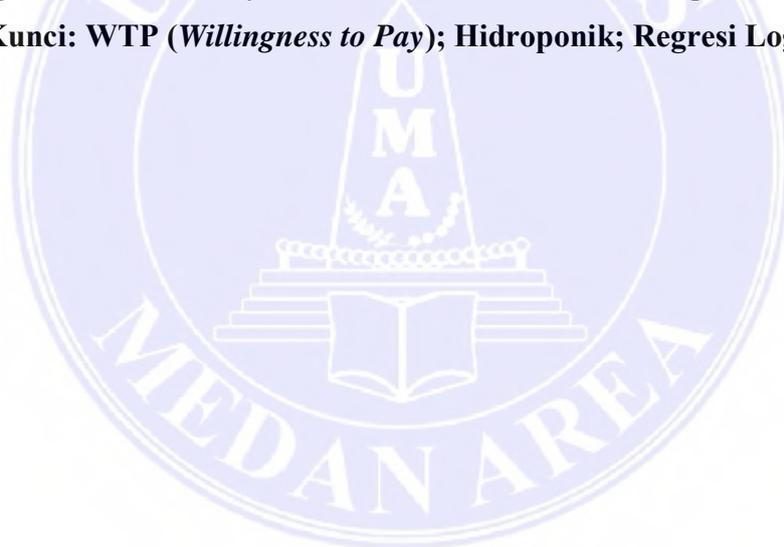
Binter Ngolu Sinaga

NIM: 208220028

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi, sayuran tidak hanya ditanam secara konvensional saja. Adanya keterbatasan lahan pertanian yang terjadi, terutama di daerah perkotaan membuat para petani berinovasi dan mulai menerapkan sistem budidaya tanpa tanah seperti hidroponik. Tanaman yang dibudidayakan secara hidroponik ini terbukti mengandung vitamin dan mineral yang lebih tinggi dari tanaman yang menggunakan sistem budidaya menggunakan tanah. Oleh karenanya, sayuran hidroponik dipercaya memiliki kualitas yang lebih baik dari sayuran konvensional biasanya. Perkembangan permintaan akan sawi hidroponik di Indonesia setiap tahunnya cenderung mengalami peningkatan, namun data permintaan Sawi hidroponik yang menyatakan tingginya permintaan konsumen di Indonesia secara statistik belum ada, karena belum terdokumentasi dengan baik. studi ini bertujuan 1) menganalisis kesiediaan membayar (willingness to pay) Sawi Hidroponik di Syifa Hidroponik. 2) menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi kesiediaan membayar (willingness to pay) sawi hidroponik. Hasil penelitian yaitu variabel kualitas produk, harga dan pendapatan berpengaruh nyata terhadap peluang kesiediaan membayar oleh konsumen atas sawi hidroponik. Sedangkan untuk variabel umur dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap peluang kesiediaan membayar oleh konsumen atas sawi hidroponik.

Kata Kunci: WTP (*Willingness to Pay*); Hidroponik; Regresi Logistik.



ABSTRACT

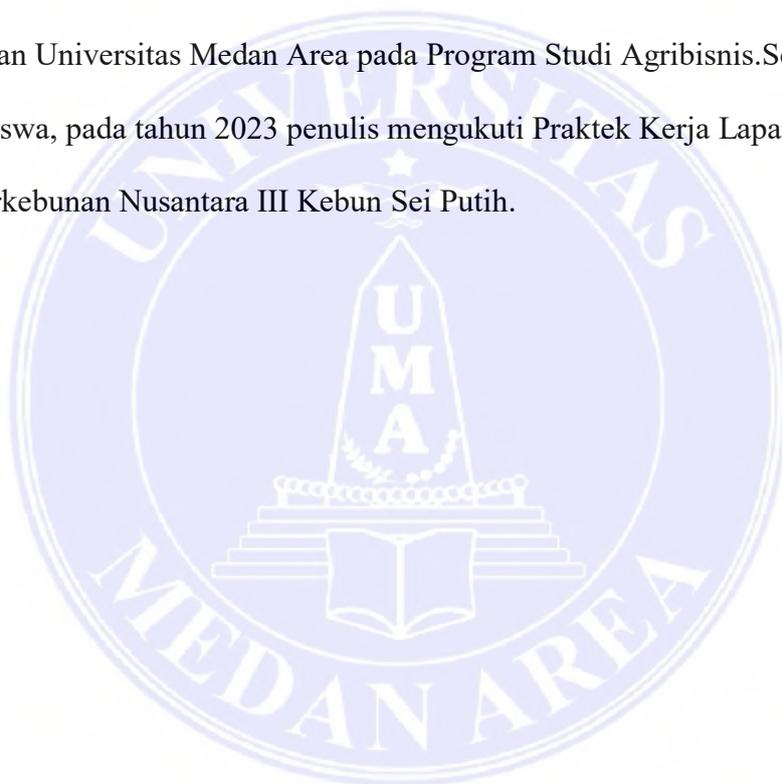
Along with technological development, vegetables are not only cultivated conventionally. The limited agricultural land, especially in urban areas, has encouraged farmers to innovate and begin implementing soilless cultivation systems such as hydroponics. Hydroponically cultivated vegetables have been proven to contain higher levels of vitamins and minerals than those cultivated in soil-based systems. Therefore, hydroponic vegetables are believed to have better quality than conventional vegetables. The demand for hydroponic mustard greens in Indonesia has tended to increase each year. However, statistical data showing high consumer demand for hydroponic mustard greens in Indonesia are still unavailable due to poor documentation. This study aimed: 1) to analyze the willingness to pay for hydroponic mustard greens at Syifa Hydroponic; 2) to analyze the factors that affected the willingness to pay for hydroponic mustard greens. The results of the research showed that the variables of product quality, price, and income had a significant effect on consumers' willingness to pay for hydroponic mustard greens. Meanwhile, the variables of age and lifestyle had no effect on consumers' willingness to pay for hydroponic mustard greens.

Keywords: *WTP (Willingness to Pay), Hydroponics, Logistic Regression*



RIWAYAT HIDUP

Binter Ngolu Sinaga dilahirkan pada tanggal 10 Februari 2002 di Pangguruan, Kecamatan Sumbul Pegagan Kabupatrn Dairi Sumatera Utara. Anak ke empat dari empat besaudara dari pasangan Esron Sinaga dan Rosta Sitanggang. Pendidikan Sekolah Dasar di SD Advent Parsaoran dan Sekolah Menengah Pertama Negeri 1Sumbul Pegagan selanjutnya Pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 1 Sitinjo. Pada bulan september 2020, menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area pada Program Studi Agribisnis. Selama menjadi Mahasiswa, pada tahun 2023 penulis mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Perkebunan Nusantara III Kebun Sei Putih.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: “**Analisis Kesedian Membayar (*Willingness to pay*) Sawi (*Brassica Juncea L*) Hidroponik (Studi kasus: UMKM Syifa Hidroponik kecamatan Medan Area Kota Medan)**” yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak berikut:

1. Dr. Siswa Panjang Hermosa, SP, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Marizha Nurcahyani M.Sc Selaku Ketua Prodi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Sri Ariani Safitri, SP, M.Si Selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama masa penyusunan proposal ini.
4. Bapak dan Ibu serta staf pegawai Program Studi Agribisnis yang telah banyak memberikan pengetahuan selama masa pendidikan di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Kedua Orang Tua tercinta Ayah dan Ibu yang telah banyak Memberikan dukungan baik itu secara moral dan material, serta Curahan kasih sayang dan doa-doanya yang tiada hentinya mereka Panjatkan kepada Tuhan untuk penulis.
6. Seluruh rekan – rekan Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Khususnya rekan – rekan satu angkatan stambuk 2020 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Semua pihak yang telah membantu selama penelitian dan penyusunan proposal ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna, oleh Karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat Membangun demi kesempurnaan Skripsi ini. Dan penulis berharap Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pembaca dan Khususnya bagi penulis. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan Maret 2025


Binter Ngolu Sinaga
NIM 58220028



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Hipotesis Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Kerangka Pemikiran.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 klasifikasi Tanaman Sawi.....	11
2.2 Budidaya Tanaman Sawi Hidroponik.....	12
2.3 Landasan Teori.....	14
2.3.1 Teori Kesiediaan Membayar (<i>Willingness To Pay</i>).....	14
2.3.2. Valuasi Kontigen.....	18
2.4 Faktor faktor Yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar.....	18
2.4.2 Kualitas Produk.....	19
2.4.3 Usia.....	20
2.4.4 Gaya Hidup.....	21
2.4.5 Harga.....	21
2.5 Penelitian Terdahulu.....	23
III. METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Metode Penelitian	27
3.2 Lokasi Penelitian.....	27
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5 Teknik Analisa Data.....	30
3.6 Regresi Logistik.....	32

3.7 Uji Kesesuaian Model.....	34
3.7.1 Menilai Kelayakan Model (<i>goodness fit of test</i>).....	34
3.7.2 Uji <i>Log Likelihood Value</i> (nilai $-2 \text{ Log Likelihood Value}$).....	34
3.7.3 Uji <i>Cox and Snell R Square dan nominal</i>	35
3.7.4 Uji Hipotesis.....	35
3.8 Defenisi Dan Batasan Operasional.....	36
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	39
4.2. Gambaran Umum Syifa Hidroponik.....	41
4.3 Karakteristik Responden.....	43
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga.....	45
4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	46
4.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
4.3.7 Distribusi Frekuensi Pembelian Sawi Hidroponik Dalam Sebulan.....	49
4.3.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Konsumsi Responden.....	49
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
5.1 Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	50
5.1.1 Analisis Kesiediaan Membayar Sawi Hidroponik di Syifa Hidroponik.....	50
5.1.2 Membangun Pasar Hipotetik.....	52
5.1.3 Memunculkan Nilai Penawaran WTP (<i>Obtaining Bids</i>).....	52
5.1.4 Menduga Nilai Rataan WTP.....	53
5.1.5 Kurva WTP.....	54
5.1.6 Agresi WTP.....	55
5.1.7 Uji Kesesuaian Model.....	56
5.1.8 Uji Regresi Logistik.....	59
5.2 Pembahasan.....	62
5.2.1 Nilai Kesiediaan Membayar (<i>Willingness To Pay</i>) Sawi Hidroponik di Syifa Hidroponik.....	62
5.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar Konsumen Sawi Hidroponik di Syifa Hidroponik.....	63
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	67

6.1 Kesimpulan.....	67
6.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	73

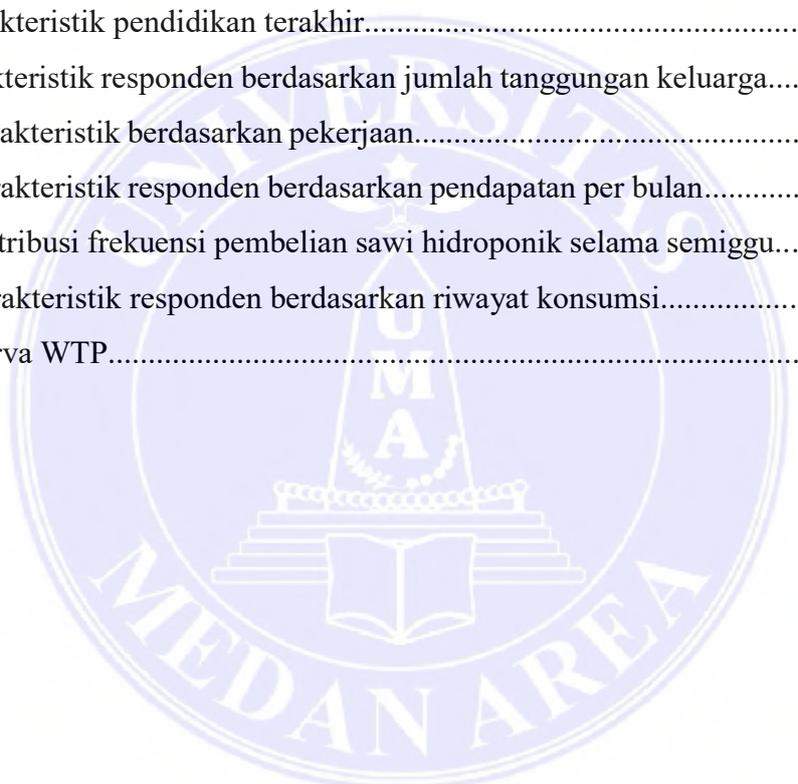


DAFTAR TABEL

1. Produksi Sayuran Sawi di Syifa Hidroponik Medan	4
2. Perbandingan Harga Sayuran Hidroponik dengan Harga Sayuran Konvensinonal di Kota Medan 2023	5
3. Skala <i>Likert</i> yang Digunakan Dalam Penelitian Ini	27
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
6. Karakteristik Responden Tingkat Pendidikan Terakhir	41
7. Karakteristik Responden Jumlah Tanggungan Keluarga	42
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	43
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	44
10. Distribusi Frekuensi Pembelian Sawi Hidroponik dalam Seminggu	45
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Konsumsi Responden	46
12. Kesiediaan membayar Sawi Hidroponik di UMKM Syifa Hidroponik	47
13. Nilai WTP Konsumen Sayuran Sawi Hidroponik	49
14. Nilai Rata-Rata Maksimum WTP Konsumen Sayuran Sawi Hidroponik.	49
15. Uji <i>Hosmer dan Lemeshow Test</i>	50
16. Nilai <i>Cox and Snell R Square dan Nagalkerke R Square</i>	51
17. Uji Regresi Logistik	52

DAFTAR GAMBAR

1. Surplus konsumen.....	4
2. Skema kerangka gambaran penelitian.....	9
3.Sawi Hidroponik	10
4. Peta Kota Medan.....	38
5. UMKM Syifa Hidroponik.....	40
6. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	42
7. Karakteristik responden berdasarkan usia.....	43
8. Karakteristik pendidikan terakhir.....	44
9.karakteristik responden berdasarkan jumlah tanggungan keluarga.....	45
10. Karakteristik berdasarkan pekerjaan.....	46
11. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan.....	47
12. Distribusi frekuensi pembelian sawi hidroponik selama semiggu.....	48
13. Karakteristik responden berdasarkan riwayat konsumsi.....	49
14. Kurva WTP.....	55



I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya pertanian, yang berarti sektor ini menjadi titik awal bagi masyarakat dalam memperoleh pengetahuan. Dalam konteks ekonomi negara, sektor pertanian memiliki peran yang sangat krusial. Salah satu tantangan utama yang dihadapi dalam pengembangan pertanian di Indonesia adalah ketersediaan sumber daya pertanian. Luas lahan pertanian di Indonesia terus mengalami penurunan, terutama di wilayah pedesaan (Mujiburrahmad et al, 2022).

Seiring dengan kemajuan teknologi dan perekonomian di kota, kawasan tersebut menjadi semakin padat dan selalu membutuhkan ruang untuk berbagai keperluan, seperti perumahan, fasilitas umum, dan perumahan. Sebagai hasil dari perkembangan kota, tanah-tanah menjadi sangat penting bagi setiap generasi. Oleh karena itu, para pengembang perumahan di perkotaan seringkali mengungkapkan kepuasannya dengan memperkecil ukuran tanah perumahan, terutama untuk perumahan yang kompleks. Alhasil, masyarakat rela melakukan banyak hal, terutama memasak tanam. Perkotaan yang memiliki tingkat polusi yang cukup tinggi juga memiliki tanaman di sekitarnya untuk mengurangi polusi. Selain itu, degradasi lahan juga merupakan salah satu faktor penyebabnya. Namun ada beberapa teknik pertanian yang dapat digunakan untuk mengurangi jumlah pertanian di suatu perkotaan, khususnya teknik Hidroponik (Lestari et al, 2020).

Seiring dengan perkembangan teknologi, sayuran tidak hanya ditanam secara konvensional saja. Adanya keterbatasan lahan pertanian yang terjadi,

terutama di daerah perkotaan membuat para petani berinovasi dan mulai menerapkan sistem berbudidaya tanpa tanah seperti hidroponik. Hidroponik merupakan sistem menanam tanpa tanah yang berpotensi untuk meningkatkan hasil pertanian dalam waktu singkat serta dapat mengurangi penggunaan lahan hingga 754 Ha. Tanaman yang dibudidayakan secara hidroponik ini terbukti mengandung vitamin dan mineral yang lebih tinggi dari tanaman yang menggunakan sistem budidaya menggunakan tanah. Oleh karenanya, sayuran hidroponik dipercaya memiliki kualitas yang lebih baik dari sayuran konvensional biasanya. Selain itu, sayuran yang dihasilkan pun relatif bersih, segar, dan memiliki daya simpan yang lebih lama jika dibandingkan dengan sayuran konvensional biasanya. Keunggulan-keunggulan inilah yang kemudian menimbulkan daya tarik tersendiri bagi beberapa konsumen untuk membeli sayuran hidroponik serta mengubah pola konsumsinya dari sayuran konvensional menjadi sayuran hidroponik.

Salah satu jenis sayuran yang ditanam dengan metode hidroponik adalah sawi. Peningkatan kesadaran masyarakat tentang berbagai manfaat sawi untuk kesehatan telah menyebabkan tingginya permintaan terhadap sayuran ini, dan diketahui bahwa luas lahan pertanian yang ada berpengaruh pada jumlah produksi sayur sawi.

Perkembangan permintaan sawi hidroponik di Indonesia setiap tahun menunjukkan kecenderungan untuk meningkat, namun statistik yang menunjukkan tinggi rendahnya permintaan sayuran hidroponik dari konsumen di Indonesia belum tersedia, karena belum tercatat dengan baik. Dari hasil ringkasan survei terhadap beberapa artikel tentang permintaan sawi hidroponik, disebutkan bahwa permintaan sayuran hidroponik meningkat setiap tahunnya antara 10%-20% (Muntaha 2018).

Menurut BPS (2017), pola konsumsi sayuran menunjukkan adanya hubungan antara pendapatan dan kebiasaan makan masyarakat. Masyarakat dengan pendapatan rendah cenderung mengkonsumsi sayuran dalam jumlah yang sangat sedikit, dan konsumsi ini akan meningkat sejalan dengan naiknya pendapatan. Menariknya, meskipun sayuran hidroponik harganya lebih tinggi, sebagian konsumen memilih untuk beralih ke sayuran hidroponik. Ini terjadi karena meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya kesehatan, kenaikan pendapatan, dan gaya hidup saat ini, yang menyebabkan permintaan konsumen terhadap sayuran hidroponik terus bertambah setiap tahunnya.

Aspek kebersihan menjadi faktor utama bagi konsumen dalam memilih sayuran hidroponik. Mereka cenderung memilih sayuran yang dapat memenuhi keperluan dan memberikan kepuasan, baik dari segi tampilan maupun kebersihan sayuran tersebut. Dengan demikian, konsumen akan memperhatikan beberapa ciri atau tanda kualitas saat membeli sayuran, khususnya sayuran hidroponik (Hadianti dkk, 2019). Menurut Nicholson dan Snyder (2012), nilai tambahan yang dirasakan individu saat mengonsumsi suatu produk dibandingkan dengan biaya yang dibayarkan disebut surplus konsumen.

Surplus konsumen muncul ketika konsumen mendapatkan lebih dari apa yang mereka bayar, dan keuntungan ini berasal dari prinsip hukum utilitas marjinal yang cenderung menurun (Khoirudin dan Khasanah, 2018). Untuk mendapatkan surplus konsumen, diperlukan analisis nilai ekonomi dari sayuran hidroponik. Nilai ekonomi berfungsi sebagai ukuran untuk menentukan jumlah maksimum yang bersedia dikorbankan seseorang untuk memperoleh barang dan jasa lain. Istilah ini dikenal sebagai keinginan untuk membayar (*willingness to pay*). Menurut

Priambodo dan Najib (2014), *willingnes to pay* digunakan sebagai cara untuk mengetahui nilai maksimum yang siap dibayarkan oleh konsumen atas peningkatan kualitas produk.



Gambar 1. Surplus Konsumen

Persepsi tentang kualitas yang dirasakan oleh pembeli saat berbelanja akan memengaruhi kesiapan mereka untuk mengakuisisi suatu barang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar nilai yang dirasakan oleh pembeli, maka semakin besar pula kesiapan mereka untuk melakukan pembelian. Berdasarkan Dodds (2011), minat untuk membeli dipengaruhi oleh nilai dari produk yang dinilai. Nilai itu sendiri adalah perbandingan antara kualitas dengan pengorbanan yang dikeluarkan untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan.

Terdapat 3 jenis UMKM di Kota Medan Salah satu usaha budidaya hidroponik yaitu Syifa Hidroponik yang termasuk usaha kecil. Syifa Hidroponik merupakan UMKM yang bertempat di jalan lorong amal No. 11, Tegal sari III, Kota Medan. Syifa Hidroponik menjual dan memasarkan produk sayuran hidroponik. Syifa Hidroponik mulai merintis pada tahun 2013. Terbentuknya UMKM tersebut, saat itu banyak yang tidak menyukai sayuran di lingkungan setempat yaitu berada

di Jalan Lorong Amal. Oleh karena itu, pemilik Syifa Hidroponik yaitu Bapak Suwardi Raden dan Istri berinisiatif membuka UMKM Syifa Hidroponik dengan perbedaan rasa dan kualitas yang jauh berbeda dengan sayuran konvensional yang diperjual belikan di pasar tradisional. Adapun beberapa sayuran yang di budidayakan di syifa hidroponik yaitu kangkung, selada bayam, dan sawi.

Tabel 1. Produksi Sayur Sawi Di Syifa Hidroponik Medan

Keterangan	Tahun	Produksi(Kg)	Harga(Rp)/Kg	Pendapatan(Rp)
Sawi	2020	360	20.000	7.200.000
	2021	360	20.000	7.200.000
	2022	390	25.000	9.750.000
	2023	420	25.000	10.500.000

Sumber. syifa Hidroponik Medan, (2024)

Pada tabel 1 dapat kita lihat produksi sawi di Syifa Hidroponik setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2021 produksi sawi mencapai 360 kg/tahun sedangkan 2022 produksi Sawi mengalami peningkatan yaitu sebesar 390 kg/tahun hal ini diakibatkan permintaan sawi selalu meningkat di Kota Medan

Berdasarkan prasurvei yang dilakukan sayur hidroponik memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan sayur biasa yang di perjual belikan di pasar tradisional. Untuk melihat lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Perbandingan Harga Sayuran Hidroponik Dengan Harga Sayuran Konvensional Di Kota Medan 2023

No	Jenis sayuran	Harga Sayur Hidroponik (Rp/Ons)	Harga Sayur Konvensional (Rp/Ons)
1	Kangkung	4.000	1.200
2	Sawi	2.500	1.500
3	Bayam	4.000	2.200
4	Selada	4.500	2.500

Sumber: Data Sekunder (2023) dioalah

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa harga sawi hidroponik lebih mahal dari sawi konvensional. Harga yang lebih mahal ini kemudian menjadi acuan untuk meneliti kesiediaan konsumen untuk membayar sayuran hidroponik, sehingga konsumsi sawi hidroponik kedepannya diharapkan volume pemasarannya semakin meningkat sejalan dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya hidup sehat.

Sawi hidroponik dijual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan sawi yang ditanam secara tradisional. Ini berarti harga sawi hidroponik melebihi harga yang biasa ditemukan di pasar untuk sawi konvensional. Oleh karena itu, pelaku usaha sawi hidroponik perlu merumuskan strategi harga yang sesuai bagi konsumen di Indonesia. Untuk itu, penting untuk melakukan penelitian yang mengevaluasi seberapa besar kesiediaan membayar (*Willingness to Pay* atau WTP) konsumen terhadap produk hidroponik. WTP berfungsi sebagai cara untuk mengetahui nilai maksimum yang siap dibayarkan oleh konsumen sebagai imbalan dari peningkatan kualitas suatu produk (Priambodo dkk, 2016).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dengan ini penulis melakukan penelitian dengan judul **Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness To Pay*) sawi (*Brassica juncea l*) Hidroponik (*studi kasus: UMKM Syifa hidroponik Kecamatan Medan Area, Kota Medan*)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berapa nilai kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) sayur Sawi oleh konsumen di Syifa Hidroponik?
2. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) Sawi hidroponik oleh konsumen di Syifa hidroponik?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis nilai kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) Sawi hidroponik oleh konsumen di Syifa hidroponik.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) sawi hidroponik oleh konsumen di Syifa hidroponik.

1.4 Hipotesis Penelitian

H0 : Pendapatan, kualitas produk, usia, gaya hidup, dan harga produk tidak berpengaruh nyata terhadap *Willingness to Pay* konsumen sayur sawi hidroponik.

H1: Pendapatan, kualitas produk, usia, gaya hidup, dan harga produk berpengaruh nyata terhadap *Willingness to Pay* konsumen sayur sawi hidroponik.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

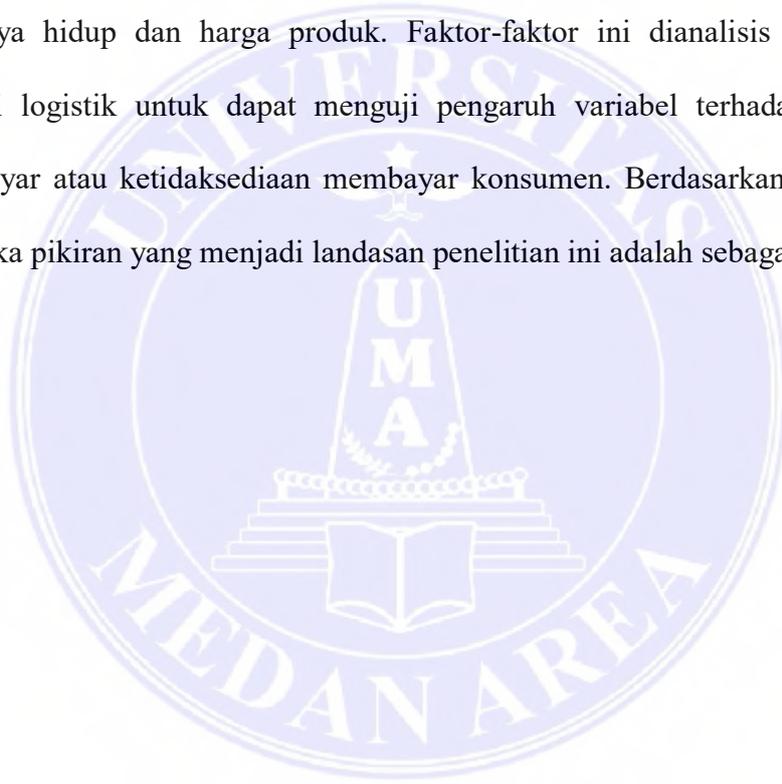
1. Sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi konsumen dalam mengkonsumsi sawi hidroponik, serta besar nilai kesiediaan membayarnya.
2. Bagi penulis, penelitian ini merupakan sarana pengembangan wawasan dan pengembangan kemampuan analitis terhadap masalah-masalah praktis yang ada.
3. Sebagai masukan bagi pemerintah mengenai pola hidup beberapa masyarakat sekarang telah bergeser ke pola hidup sehat dan pelestarian lingkungan dan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, ke depannya pengembangan pertanian selanjutnya lebih mencanangkan program penanaman hidroponik sehingga produk hidroponik dapat dirasakan manfaatnya oleh seluruh kalangan masyarakat.
4. Sebagai bahan referensi dan studi perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

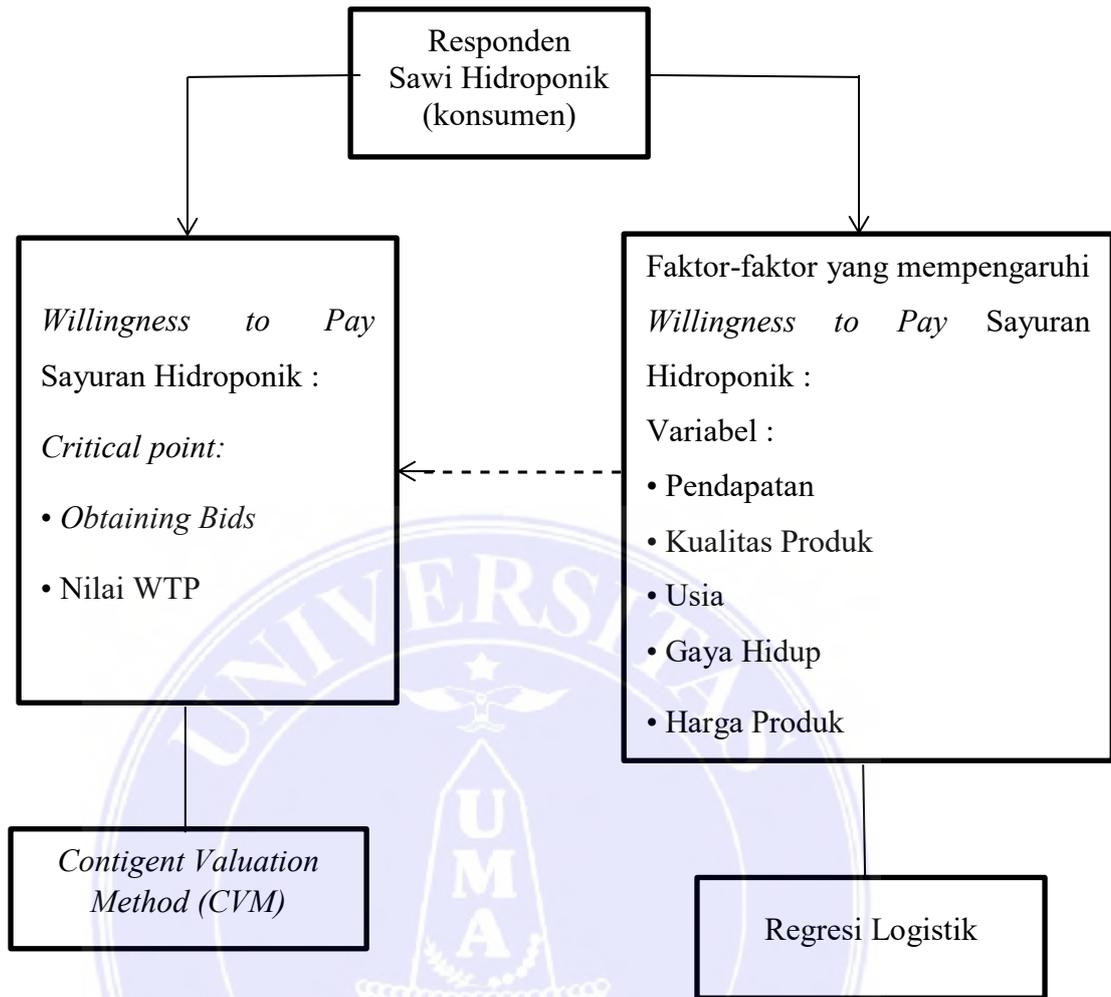
1.6 Kerangka Pemikiran

Willingness to Pay adalah konsep keinginan membayar seseorang terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. *Willingness to pay* merupakan harga maksimum dari suatu barang yang ingin dibeli oleh konsumen pada waktu tertentu Untuk menganalisis kesiediaan membayar (*Willingness to Pay*) sayuran hidroponik, peneliti mengelompokkan masalah menjadi dua bagian yaitu nilai *Willingness to Pay* dan faktor-faktor yang memengaruhi *Willingness to Pay* sayuran hidroponik.

Willingness to Pay (WTP) merupakan nilai yang bersedia dibayarkan oleh konsumen dari kualitas sebuah produk. Nilai tersebut didasarkan pada harga pembelian sayuran hidroponik, nilai *Willingness to Pay* didapatkan dari konsumen yang mengkonsumsi sayuran hidroponik melalui CVM (*Contingen Valuation Method*).

Faktor-faktor yang memengaruhi kesiediaan membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) konsumen terhadap sawi hidroponik yaitu pendapatan, kualitas produk, usia, gaya hidup dan harga produk. Faktor-faktor ini dianalisis menggunakan Regresi logistik untuk dapat menguji pengaruh variabel terhadap kesiediaan membayar atau ketidaksiediaan membayar konsumen. Berdasarkan uraian, maka kerangka pikiran yang menjadi landasan penelitian ini adalah sebagai berikut.





Gambar 2. Skema kerangka pemikiran penelitian

II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 klasifikasi Tanaman Sawi

Klasifikasi tanaman Sawi Hidroponik yaitu:



Gambar 2 : Sawi Hidroponik

Sumber: Syifa Hidroponik 2024

Kindom : *plante*
Subkindom : *Tracheobionta*
Super divisi : *Magnoliophyta*
Kelas : *Magnoliopsida*
Sub kelas : *Dilleniidae*
Ordo : *Capparales*
Famili : *Brassicaceae*
Genus : *Brassica*
Spesies : *Brassica rapa var*

Sawi (*Brassica rapa var*) merupakan salah satu tanaman hortikultura yang banyak dimanfaatkan. Daun sawi sebagai pengganti daging mempunyai banyak manfaat dan kegunaan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Sawi selain

digunakan sebagai bahan baku pangan juga dapat dimanfaatkan untuk pembuatan sabun. Selain itu, sawi juga digemari dari konsumen karena memiliki tinggi asam askorbat dan kandungan vitamin A. Sawi putih dan sawi hijau merupakan dua jenis caisin/sawi (Pracaya, 2011). Asal usul sawi banyak ditemukan di Tiongkok dan Asia Timur, konon tanaman ini pertama kali dikembangkan di Tiongkok sekitar 2500 tahun yang lalu, dan sejak itu menyebar ke Taiwan dan Filipina. Sawi dikabarkan masuk ke Indonesia pada tahun 2019. Bersamaan dengan jenis sayuran subtropis lainnya, seperti kelompok kubis-kubis. Cipanas, Lembang, Pengalengan, Malang, dan Tosari termasuk daerah penghasil serbuk gergaji. Lebih spesifiknya, pada kawasan di atas 1.000 meter di atas permukaan laut. Sawi sebagai pangan nabati mempunyai banyak kegunaan dan manfaat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat setempat. Sawi tidak hanya digunakan sebagai makanan nabati; itu juga dapat digunakan dalam pengobatan seperti kanker payudara, nutrisi, mata pengendalian kadar kolestrol darah, dan jantung pencegahan. (pracaya 2011).

2.2 Budidaya Tanaman Sawi Hidroponik

Hidroponik adalah suatu metode menanam tanpa menggunakan media tanah tanam dan larutan hara yang mengandung bahan organik untuk memberikan perakaran yang optimal (Rosliani dan Sumarni, 2005). Cara tumbuhan dalam sistem ini menggunakan siklus hara (kebanyakan anorganik) dengan sistem irigasi udara tanpa menggunakan tanah, dan hasilnya dimanfaatkan untuk dijual sehingga dapat diartikan bahwa sawi hidroponik adalah sayuran yang ditanam dengan menggunakan larutan nutrisi dengan menggunakan sistem irigasi air yang hasil panennya dapat dijual.

Komponen kunci dari teknik hidroponik adalah penggunaan udara sebagai tanah pengganti untuk menandai hara ke pada tanaman akar (Sameto, 2003). Istilah “hidroponik” berasal dari bahasa Yunani. Istilah “hidroponik” merupakan gabungan dari kata “hidro” yang berarti “udara” dan “ponos” yang berarti “bekerja”. Dapat dikatakan bahwa hidroponik adalah suatu proses bekerja dengan udara; dengan kata lain merupakan sistem analisis dengan menggunakan media tanam yang banyak mengandung udara. Pemberdayaan udara juga berfungsi sebagai landasan bagi pertumbuhan tanaman tubuh dan membantu proses fisik tanaman (Prasetya, 2009).

Jenis hidroponik yang paling umum di Indonesia disebut substrat hidroponik. Sebuah sistem hidroponik, substrat hidroponik menggunakan media selain tanah dan steril, seperti arang sekam, pasir, dan serbuk sabut kelapa. Setelah substrat hidroponik, hidroponik NFT (teknologi nutrisi film) mulai terkenal di Indonesia, disusul hidroponik aeroponik yang menyediakan udara, (Sutiyoso, 2004).

Manfaat penggunaan teknologi hidroponik antara lain media yang steril, penggunaan udara dan nutrisi yang efisien dan efektif, sanitasi lingkungan yang aman, sehat, ramah, dan terkendali, waktu panen lebih cepat, dan terjamin 3K (kualitas, kuantitas, dan konsistensi hasil) (Sudarmodjo, 2008). Kurangnya sistem hidroponik antara lain memerlukan modal yang besar atau “*Close System*” (nutrisi disirkulasi). Apabila terdapat suatu tanaman yang bersifat patogen maka dalam jangka waktu yang sangat singkat seluruh tanaman tersebut akan terkena serangan tersebut, dan pada budidaya substratum kapasitas media udara lebih kecil dibandingkan dengan tanah, sedangkan pada budidaya substratum kapasitas

media udara lebih kecil dibandingkan dengan media tanah. volume udara, udara dan nutrisi jauh lebih rendah, yang akan menghasilkan tanaman yang tepat waktu dan serius (Rosliani dan Sumarni, 200). Keunggulan dan kualitas yang lebih unggul pada produk hidroponik justru menjadi langkah awal konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk hidroponik. Jika dibandingkan dengan sayuran konvensional, konsumen menyukai kebersihan, kesegaran, warna, dan ukuran sayuran hidroponik. Aspek higienis merupakan panduan utama konsumen dalam mengonsumsi tanaman hidroponik. Karena tanaman hidroponik tidak terdapat di tanah media, tanaman higienis sering disamakan dengan tanaman konvensional. Disamping itu, konsumen memperhatikan kandungan gizi yang ada pada sayuran hidroponik yang dianggap lebih tinggi. Namun kandungan gizi sebenarnya tidak dapat diketahui secara langsung sehingga diragukan apakah konsumen benar-benar mengetahui tentang kandungan gizi sayuran hidroponik (Halim, 2000).

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Teori Kesiediaan Membayar (*Willingness to pay*)

Willingness to pay ialah harga tertinggi seseorang (konsumen) yang rela dibayarkan untuk mendapatkan suatu manfaat baik berupa barang atau jasa, serta menjadikan tolak ukur seberapa besar calon konsumen menghargai barang atau jasa tersebut (Amelia, 2016). Kesiediaan untuk membayar (*willingness to pay*) bisa diartikan sebagai kesiediaan masyarakat untuk menerima beban pembayaran, sesuai dengan besarnya jumlah yang sudah ditetapkan. *Willingness to pay* penting adanya untuk melindungi konsumen dari bahaya monopoli perusahaan yang berkaitan

dengan harga serta penyediaan produk yang berkualitas (Grece L. dan Njo N., 2014).

Faktor-faktor yang ditemukan mempengaruhi *Willingness to pay* secara internasional diantaranya adalah, karakteristik demografi seperti jenis kelamin, usia, pendapatan dan pendidikan termasuk yang paling penting (Govindasary, 1999).

Faktor-faktor lain yang mempengaruhi *Willingness to pay* konsumen meliputi kualitas dan keamanan pangan yang ditawarkan oleh produk pangan hidroponik. Salah satu alasan konsumen bersedia membayar lebih dari harga yang ada untuk memperoleh produk pangan hidroponik adalah kualitas produk tersebut (Krystallis dkk, 2005).

Atribut produk sayur Hidroponik seperti rasa, tekstur dan kesegaran sayur menjadi salah satu faktor terbesar dalam mempengaruhi kesiediaan membayar konsumen. (Priambodo dkk, 2014).

Analisis *Contingent Valuation Method* (CVM) dapat digunakan untuk mengetahui kesiediaan konsumen untuk membayar (WTP). Ide utama di balik metode CVM adalah untuk menjelaskan suatu situasi hipotetis termasuk suatu masalah yang disajikan kepada pelanggan dan kemudian ditanyakan atau dijelaskan kepada pelanggan untuk memahami kesiediaannya untuk membayar (WTP) untuk suatu produk atau jasa tertentu. CVM pertama kali disebutkan oleh Davis (1963) dalam sebuah penelitian tentang perilaku perburuan (*hunter*) di Miami. Prinsip ini disebut kontingen (tergantung) karena informasi yang diperoleh darinya sangat bergantung pada hipotesis yang dikembangkan. Misalnya saja beberapa biaya

penting yang harus diperhatikan, cara pembayarannya, dan lain sebagainya (Ratih, 2013).

Tujuan dari observasi CVM ini adalah untuk mengetahui kesiediaan masyarakat untuk membayar (*Willingness to Pay*, atau WTP) dan menerima (*Willingness to Accept*, atau WTA). Teknik CVM didasarkan pada asumsi bahwa seseorang mempunyai hak pemilikan. Apabila yang bersangkutan tidak mempunyai hak atas dasar barang dan jasa yang berasal dari sumber daya alam, maka pengukuran yang bersangkutan adalah kesiediaan membayar maksimum (MWP) untuk membeli barang yang bersangkutan. Sebaliknya, jika individu yang ditanya memiliki hak atas sumber daya, pengukuran yang relevan adalah keinginan untuk menerima (*Willingness to Accept*) pembaruan yang paling minimal atas hilang atau rusaknya sumber daya alam yang dimiliki (Mubarok, 2012).

Ada dua manfaat melakukan survei CVM: survei ini dapat digunakan untuk mengumpulkan preferensi konsumen terhadap suatu produk atau layanan secara diam-diam dan berfungsi sebagai eksperimen praktis (Pattanayak dkk, 2006). Ada beberapa format yang tersedia untuk metode CVM untuk menentukan kesiediaan membayar konsumen (WTP), antara lain elisitasi terbuka, referendum tertutup, dan elisitasi kartu pembayaran (Aslam, 2016).

Format elisitasi terbuka, sering dikenal sebagai pertanyaan "terbuka", adalah metode yang menanyakan konsumen secara langsung berapa banyak atau berapa banyak mereka ingin membayar untuk suatu produk atau layanan tertentu. Kekurangan cara ini adalah konsumen tidak perlu diberikan nasehat yang dapat mempengaruhi nilai produk yang akan ditawarkan. Metode ini tidak menggunakan nilai awal yang tersedia, sehingga tidak terjadi bias awal (titik awal bias) pada

datanya. Kelemahan metode ini adalah jumlah uang yang diberikan konsumen terlalu besar atau terlalu kecil, sehingga tidak mungkin menggambarkan jumlah kesiediaan membayar (WTP) yang dinyatakan dengan jelas. (Aslam, 2016).

Dalam format elisitasi referendum tertutup (*bidding game format*), disebut juga pertutupan, konsumen ditanya apakah mereka bersedia membayar sejumlah uang yang digunakan sebagai titik awal (titik awal) dengan memberikan mereka pilihan antara dua pilihan: ya atau tidak, atau bahkan setuju dan tidak setuju. Jika jawaban benar, maka nilai penawaran akan tercermin hingga ambang batas yang ditentukan. Apabila penjelasannya tidak bernilai kesepakatan, sebaiknya menunggu hingga jumlah orang ditentukan. Cara ini memberi konsumen lebih banyak waktu untuk menentukan kesiediaannya untuk membayar (WTP), namun juga berpotensi menimbulkan bias pada data di awal atau awal (Aslam, 2016).

Perolehan kartu pembayaran (juga dikenal sebagai metode pilihan diskrit atau metode referendum berurutan). Menurut metode ini, konsumen mempunyai kemauan membayar (WTP) yang realistis atas beberapa hal yang ditawarkan dalam bentuk barang. Kualitas metode ini dapat ditingkatkan dengan memberikan tolak ukur atau nilai patokan yang menunjukkan nilai yang dimiliki seseorang terhadap harga suatu barang atau jasa tertentu. Kelebihan metode ini dapat memberikan berbagai pilihan yang dapat ditawarkan tanpa harus terintimidasi oleh nilai tertentu. Kelemahannya adalah konsumen masih dapat terpengaruh oleh nilai-nilai yang terdapat pada bau mobil tersebut (Aslam, 2016).

2.3.2. Valuasi Kontigen

Valuasi Kontingensi (*Contingent Valuation Method*, atau CVM) adalah metode analisis kuantitatif yang secara diam-diam memberikan kemampuan membayar (*willingness to pay*, atau WTP) kepada masyarakat dengan titik berat preferensi individu perilai benda publik yang penekanannya pada standar nilai uang (Hanley dan Spash, 1993). Cara ini memungkinkan seluruh komoditas yang tidak diperdagangkan di pasar dapat dinilai secara ekonomis. Oleh karena itu, konsep WTP dapat digunakan untuk menentukan nilai ekonomi suatu sektor publik tertentu. Kuesioner CVM meliputi tiga bagian, yaitu :

1. Penulisan detail tentang benda yang dinilai, persepsi penilaian benda publik, jenis kesanggupan dan alat pembayaran.
2. Pertanyaan tentang WTP yang diteliti.
3. Pertanyaan tentang karakteristik sosial demografi responden seperti usia, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan lain-lain.

Sebelum kuesioner, seringkali dibuat skenario yang diperlukan untuk membangun pasar umum yang berfungsi sebagai objek pengamatan. Pertanyaan perubahan kualitas lingkungan yang dijual atau dibeli kemudian tercermin dalam hipotetis pasar.

2.4 Faktor faktor Yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar

2.4.1 Pendapatan

Pendapatan adalah uang yang diperoleh dan diberikan kepada individu dalam kegiatan ekonomi sesuai dengan hasil-hasil yang diterima, baik dari

pekerjaan sendiri maupun dari aset yang dimiliki. Jumlah pendapatan seseorang dipengaruhi oleh jenis pekerjaan yang dijalani (Sukirno, 2006).

Salah satu faktor yang penting untuk menentukan pola permintaan konsumen untuk suatu produk atau layanan adalah penghasilan masyarakat. Secara umum, fluktuasi yang terjadi pada penghasilan akan selalu memicu pergeseran permintaan terhadap suatu produk. Jika penghasilan seorang konsumen bertambah, maka permintaan untuk produk tertentu juga akan bertambah, dengan asumsi faktor-faktor lainnya tetap tidak berubah (Kara, 2009).

Pendapatan sebagai variabel ekonomi erat kaitannya dengan kemampuan ekonomi masyarakat dalam membayar produk yang dibeli untuk dikonsumsi. Semakin tinggi pendapatan maka semakin besar pula nilai *Willingness to pay* (WTP) yang akan dibayarkan (Simanjuntak, 2009).

Semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi kemampuannya sehingga semakin tinggi kemampuan dan kesempatan individu untuk dapat dan bersedia membayar produk pangan yang akan dikonsumsi (Herdiani, 2009).

2.4.2 Kualitas Produk

Kualitas barang dapat diartikan sebagai kemampuan suatu barang untuk menjalankan fungsinya, yang mencakup ketahanan, keandalan, akurasi, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, serta fitur berharga lainnya (Kotler dkk, 2001).

Faktor produk sendiri merupakan hal yang diperhatikan konsumen dalam mengambil keputusan. Produk yang dijual harus mempunyai kualitas yang baik, unik dan penampilan yang menarik sehingga membuat konsumen tertarik untuk

membeli. Kualitas produk yang baik akan mendorong perusahaan untuk mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya.

Kepercayaan masyarakat terhadap produk organik atau hidroponik akan berdampak pada keinginan mereka untuk mengonsumsi produk tersebut. Dampak positif yang signifikan dari atribut produk terhadap kemauan membayar menunjukkan bahwa baik aspek fisik maupun non-fisik dari sayuran organik sangat diperhatikan oleh konsumen saat mengambil keputusan pembelian. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa sayuran hidroponik di masyarakat dianggap lebih segar, tidak mengalami modifikasi genetik, bebas dari bahan kimia pestisida, serta memiliki bentuk dan tekstur yang lebih unggul dibandingkan sayuran konvensional (Priambodo dkk, 2014).

2.4.3 Usia

Usia adalah jangka waktu sejak lahir sampai selesainya penelitian, yang dinyatakan dalam satuan tahun. Usia 18 tahun ke atas disebut remaja. Menurut teori psikologi Piaget, remaja adalah usia di mana seorang individu berinteraksi dengan masyarakat umum dan, di samping itu, mengalami perubahan yang berarti. Terjadi perubahan sikap dan perilaku pada masa remaja, dimana sekitar 18 remaja menunjukkan ambivalensi pada setiap perubahan. Usia 18–40 tahun dianggap sebagai periode kehidupan di mana kapasitas mental mencapai puncaknya pada usia 20 tahun untuk belajar dan beradaptasi dengan situasi baru, seperti mendiskusikan materi yang telah diajarkan sebelumnya, menerapkan analogi, dan melatih kreativitas. Selama periode ini, secara konsisten mencapai tingkat kualitas yang tinggi. Usia > 40 tahun dikenal dengan istilah “madya dini” karena pada akhir periode ini tercatat telah terjadi perubahan psikologis dan mental, dan pada masa

ini, setiap orang tinggal mempertahankan prestasi yang telah ditetapkan dalam masa tersebut. usia dewasa. (Hurlock, 2002).

Setiap konsumen akan memiliki kebutuhan yang berbeda sesuai dengan usianya (Sumarwan, 2015). Hal inilah yang pada akhirnya menyebabkan variasi kesiediaan konsumen untuk membayar suatu produk didasarkan oleh kebutuhan konsumen tersebut sesuai dengan usianya. Seiring dengan peningkatan kategori umur akan meningkatkan kesiediaan membayar konsumen (Rahayu, 2017)

2.4.4 Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan ide yang lebih modern dan lebih gampang diukur dibandingkan dengan kepribadian. Menurut (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1995), gaya hidup diartikan sebagai cara di mana individu menjalani hidup serta mengelola uang dan waktu mereka.

Gaya hidup menunjukkan cara seseorang menggunakan waktu dan uangnya, yang terlihat melalui berbagai aktivitas, minat, dan pandangan (Kasali, 2001). Ketika kesadaran konsumen meningkat dalam mengadopsi gaya hidup sehat serta memilih produk hidroponik, maka nilai *willingness to pay* akan semakin tinggi (Febrita, 2017). Tingkat kesadaran konsumen mengenai gaya hidup sehat bisa menjadi tolak ukur untuk memperkirakan potensi penerimaan produk di pasar (Ameriana, 2006).

2.4.5 Harga

Penerapan harga bertujuan untuk mencapai atau memperoleh keuntungan, penetapan harga sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi produknya yang berdasarkan kualitas. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah

produk atau jasa (Kotler, 2009). Dengan cara ini, harga adalah jumlah yang bersedia dibayar pelanggan untuk keuntungan memiliki atau menggunakan produk atau aset tertentu. Ketika seseorang mengevaluasi dan menanyakan harga suatu produk, hal itu sangat dipengaruhi oleh tindakan orang tersebut (Voss dan Giroud, 2000).

Faktor utama yang mempengaruhi hal ini adalah faktor sosial, pribadi, dan budaya (seperti motivasi, persepsi, dan kepercayaan) serta faktor psikologis (seperti pekerjaan, kehidupan, dan kondisi ekonomi) (Kotler, 2009). Oleh karena itu, harga suatu produk digambarkan sebagai murah, mahal, atau biasa saja, dan harga setiap individu berbeda-beda tergantung persepsinya masing-masing. Saat menentukan harga suatu produk, konsumen mempertimbangkan lebih dari sekedar harga nominal absolut produk tersebut; mereka juga mempertimbangkan persepsi harga. Faktor lain yang mempengaruhi persepsi terhadap suatu harga tertentu adalah referensi harga yang dimiliki pelanggan berdasarkan penelitiannya sendiri dan informasi dari sumber luar seperti iklan dan penelitian orang lain (Darmawan, 2008). Indikator harga meliputi fluktuasi harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan nilai, (Stanton, 1998).

Dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai ketika dikaitkan dengan nilai yang diberikan pada produk atau layanan tertentu. Nilai (*value*) dapat diartikan sebagai perbandingan nilai yang ditentukan oleh harga. Dengan cara ini, jika manfaat yang diperoleh konsumen meningkat, harga juga akan meningkat pada tingkat saat ini. Selain itu, dalam menentukan nilai suatu produk atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dengan produk atau jasa pengganti (Secapramana, 2000).

Harga yang dikenakan untuk suatu produk yang tidak dapat ditentukan secara independen mempengaruhi kesediaan untuk membayar karena, menurut analisis psikografis, konsumen cenderung membeli barang-barang kelas atas yang akan dikonsumsi pada skala yang secara konsisten lebih rendah daripada yang paling terjangkau. harga. Hal ini sejalan dengan teori ekonomi yang menyatakan bahwa konsumen ingin membandingkan hasil yang setinggi-tingginya dengan harga yang wajar. Harga produk, berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen, sehingga apabila konsumen bersedia membayar suatu produk dengan harga yang terlampaui jauh dengan harga produk lainnya, maka nilai *Willingness to Pay* akan meningkat (Febrita, 2017).

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Sinurat (2022) yang berjudul “Analisis Kesiediaan Konsumen Membayar Barang Hidroponik di Pasar Modern Medan.” Temuan penelitian menunjukkan bahwa segmentasi konsumen berbeda-beda tergantung pada geografis, demografis, psikografis, atau perilaku. Besaran WTP (*Willingness to Pay*) yang dimiliki konsumen berbeda-beda tergantung komoditasnya. Untuk pakcoy, harga rata-rata WTP pelanggan adalah Rp 5.003/ons; untuk selada, harga rata-rata WTP pelanggan adalah Rp 5.267/ons; dan untuk sawi, harga rata-rata WTP pelanggan adalah Rp 4.238/ons. Harga, kualitas, dan biaya produk semuanya berdampak pada kemampuan konsumen membayar barang buatan tangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Bahar et al., (2022) yang berjudul analisis kesiediaan membayar konsumen dan atribut produk sayur hidroponik (studi kasus program *urban farming* binaan PT. PJB UP Muara Karang). Hasil penelitian

menunjukkan bahwa WTP maksimum untuk bayam, kangkung, sawi putih, selada, dan pakcoy masing-masing adalah Rp 2.844 per kilogram, Rp 2.260 per kilogram, Rp 14.333 per kilogram, dan Rp 20.400 per kilogram. Berdasarkan analisis gabungan terhadap preferensi konsumen, dapat disimpulkan bahwa konsumen paling menghargai atribut kualitas sebagai landasan ketika membeli produk berkualitas tinggi. Kombinasi produk yang paling disukai konsumen adalah sayur hidroponik yang harganya dua kali lipat dari sayur konvensional, memiliki konstruksi plastik berlabel, dan memiliki kualitas unggul.

Penelitian yang dilakukan Yunus et al (2019) yang berjudul analisis kesiediaan membayar (*willingness to pay*) sayuran organik dan faktor yang mempengaruhi di kota Malang. Hasil penelitian menunjukkan WTP brokoli sebesar Rp8.343,75 per 200 gram; Wortel Rp11.1125 per 500 gram; Pakcoy harga Rp5.968,75 per 200 gram; Kangkung Rp5.718,75 per 200 gram; Caisim Rp5.687,5 per 200 gram; dan Bayam Hijau Rp5.750 per 200 gram. Meskipun jumlah anggota keluarga, kepedulian, pendidikan, dan pekerjaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap WTP, jenis kelamin, usia, pendapatan, dan pernikahan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2020) yang berjudul Analisis kesiediaan membayar sayuran hidroponik dan faktor-faktor yang mempengaruhinya di Kota Pangkalpinang. Berdasarkan temuan penelitian, faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan konsumen membayar lebih pada produk hidroponik antara lain pendapatan, jenis pendidikan, gaya hidup, dan sikap konsumen terhadap produk hidroponik. Namun harga yang bersedia dibayar konsumen untuk setiap produk tersebut adalah sebagai berikut: sayuran samhong 18,24% (Rp 29.559/kg), selada 17,65% (Rp 43.059/kg), kalia 15% (Rp 40.250/kg), pakcoy 17,50% (Rp 29.375/kg), dan sawi caisim 16,32% (Rp 29.081/kg).

Penelitian yang dilakukan Afika, (2023) yang berjudul *Analysis of Willingness to Pay for Hydroponic Vegetable Consumers and its Affecting Factors in Medan City*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Willingness to Pay* pada sayuran hidroponik adalah 9,1% - 13,6% lebih tinggi dari harga yang ditawarkan. Sedangkan variabel itu secara signifikan mempengaruhi kesiediaan konsumen untuk membayar lebih untuk sayuran hidroponik yaitu pendapatan, tingkat pendidikan, umur dan kemasakan. Jumlah anggota keluarga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kesiediaan konsumen untuk membayar produk sayuran hidroponik.

Penelitian yang dilakukan Eichhorn dan Meixner (2020) yang berjudul *Factors Influencing the Willingness to Pay for Aquaponic Products in a Developed Food Market: A Structural Equation Modeling Approach*. Temuan menunjukkan bahwa kesiediaan membayar untuk produk akuaponik secara signifikan dan langsung didorong oleh niat membeli. Oleh karena itu, keberhasilan penerapan akuaponik di pasar memerlukan adanya pemberian informasi kepada konsumen.

Kami menyarankan untuk menekankan nilai akuaponik sebagai sistem produksi pangan berkelanjutan, karena faktor tidak langsung yang mempengaruhi kesiediaan membayar adalah (selain penilaian akuaponik) kesadaran lingkungan dan konsumsi ramah lingkungan



III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Terdapat dua jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini, yaitu jenis kualitatif dan kuantitatif. Dengan tujuan pemetaan model permasalahan secara objektif dan membuat deskripsi secara sistematis serta akurat guna melihat dan menganalisis fakta-fakta dari objek tertentu melalui metode survei terhadap responden.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UMKM Syifa Hidroponik Medan, Jalan Lorong Amal No. 11 Tegal Sari III, Kecamatan Medan Area, Kota Medan. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), karena di Syifa hidroponik merupakan salah satu usaha UMKM sayur hidroponik yang ada di Kota Medan.

3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dalam mengambil sampel konsumen sayuran hidroponik. *Accidental sampling* adalah teknik sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2011:77) bahwa *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang secara kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Populasi penelitian adalah konsumen yang sudah pernah mengkonsumsi sawi hidroponik dan sudah dewasa (berusia 18 tahun keatas) yang berdomisili di kota medan. Roscoe dalam sugiyono (2012) menyarankan tentang ukuran

sampel untuk penelitian sebagai berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 orang.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori, maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30 orang.
- c. Bila didalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20.

Berdasarkan poin ke satu yaitu jumlah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 orang, maka sampel penelitian ini diambil 60 orang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dengan cara wawancara dengan menghubungi media sosial responden yang pernah berbelanja sayuran Hidroponik di Syifa Hidroponik Kota Medan berdasarkan pertanyaan kuesioner yang telah disediakan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang berisi tentang pertanyaan atau pernyataan dengan tujuan untuk memperoleh informasi dari responden yang membeli Sawi Hidroponik di Syifa Hidroponik. Konsumen yang merupakan responden dalam penelitian akan menjawab kuesioner yang berisi pernyataan yang berkaitan dengan masalah penelitian ini. Dalam penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan data, kuesioner

akan disebar secara langsung kepada konsumen yang secara kebetulan berbelanja di Syifa Hidroponik sesuai kriteria penelitian.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini mengenai karakteristik konsumen yang terdiri dari Jenis Kelamin, Pendidikan, Usia, Status Pernikahan, Pekerjaan, Sumber Informasi Produk, dan Bagian jenis sayur Hidroponik yang biasa di beli. Data primer yang digunakan mengenai proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari Pendapatan, kualitas produk, usia, gaya hidup dan harga produk. Sedangkan Data Sekunder diperoleh dari *literature* yaitu jurnal, data yang disediakan pemerintah atau instansi (BPS) dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian ini menggunakan Skala *likert*.

Skala pengukuran ini digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data responden mengenai kesiediaan membayar (*Willingness To Pay*) konsumen terhadap pembelian sayuran Hidroponik di Syifa hidroponik Kota Medan. Skala *likert* merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap *statement* atau pernyataan yang telah dibuat melalui opsi jawaban yang disediakan. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan sebagai titik tolak untuk menyusun daftar pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3. Skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini

No	Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, 2019

3.5 Teknik Analisa Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif menurut nazir (2005) adalah suatu metode dalam meneliti suatu status sekelompok manusia, suatu objek suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tingkat kesiediaan membayar oleh konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik di Syifa Hidroponik. Data yang diperoleh dari kuesioner akan diproses menggunakan perangkat lunak *Microsoft Excel* dan *Contingent Valuation Method (CVM)*. Tujuan penelitian kedua adalah untuk menghitung tingkat kesiediaan membayar atau *Willingness to Pay (WTP)* dari konsumen sayuran hidroponik di Kota Medan dengan memanfaatkan metode CVM. Metode CVM telah digunakan sejak lama untuk mengukur WTP yang berkaitan dengan aspek lingkungan, seperti kualitas air dan kualitas pantai rekreasi. Belakangan ini, metode CVM juga telah berkembang untuk mengkaji aspek non-lingkungan, seperti nilai program pengurangan risiko penyakit jantung, nilai informasi harga di Supermarket, dan nilai program dari perusahaan sebelumnya (Field, 1994).

Dalam penelitian ini, pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM) diterapkan untuk mengevaluasi *willingness to pay* (WTP) konsumen atas sayuran hidroponik yang mereka konsumsi. Proses operasional yang dilakukan untuk memperoleh nilai *willingness to pay* mencakup beberapa langkah, seperti membangun pasar hipotetis (*setting up the hypothetical market*), mengumpulkan tawaran *willingness to pay* (*Obtaining bids*) berdasarkan harga produk yang diketahui oleh responden, dan memperkirakan nilai rata-rata WTP (Aslam, 2016).

Tahap awal dalam menjalankan CVM adalah membuat pasar hipotetik. Hipotesis pasar yang dimaksud disini ialah untuk memberikan gambaran kepada responden terhadap masalah yang sedang di hadapi. Responden diharapkan mampu mencermati masalah dengan baik sehingga mampu memberikan nilai WTP.

Teknik yang digunakan dalam mendapatkan nilai penawaran pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *bidding game*, yaitu menawarkan kepada responden sejumlah nilai uang tertentu sebagai titik awal dan menanyakan apakah responden bersedia membayar pada nilai tersebut. Respon yang diberikan responden terhadap titik awal akan dilanjutkan dengan proses tawar-menawar sehingga mendapatkan besarnya nilai maksimum yang disepakati.

Selanjutnya dilakukan penghitungan nilai rata-rata WTP didasarkan pada nilai mean (rata-rata) dan nilai median (nilai tengah).

Rata-rata ini dapat dihitung menggunakan persamaan berikut :

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

Keterangan :

EWTP = Dugaan rata-rata nilai

WTP W_i = Nilai WTP ke- i

N = Jumlah responden

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

Untuk menguji hipotesis ketiga tentang pengaruh pendapatan, kualitas produk, usia, gaya hidup, dan harga produk terhadap kesiediaan untuk membayar (*Willingness to pay*) konsumen sayuran hidroponik digunakan metode regresi logistik. Secara umum model yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Li = f n \left(\frac{pi}{1-pi} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1$$

Berdasarkan model regresi tersebut maka model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Li = f n \left(\frac{pi}{1-pi} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

(*pi*) : peluang konsumen bersedia untuk membayar/ tidak bersedia untuk membayar

1- *pi*: membayar terhadap sawi hidroponik(1:Bersedia, 0: Tidak bersedia)

β_0 : konstan

X_1 : Pendapatan (Rp)

X_2 : Kualitas(skor)

X_3 : Umur(tahun)

X_4 : Gaya hidup(skor)

X_5 :Harga produk

E :*error term*

3.6 Regresi Logistik

Menurut Ghazali (2011:95) Analisis regresi dalam konteks ini mengacu pada penelitian tentang hubungan antara satu atau lebih variabel bebas dan variabel

terikat. Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik. Ghozali (2011:334) menyatakan bahwa regresi logistik mirip dengan diskriminasi, artinya kita ingin menentukan apakah suatu variabel terikat dapat diprediksi dengan menggunakan variabel terikat yang merupakan gabungan antara variabel metrik dan non metrik. Karena terdapat skala campuran pada variabel bebas, maka asumsi distribusi normal multivariat tidak dapat didukung dalam kasus ini. Oleh karena itu, tidak perlu berasumsi bahwa data pada variabel tersebut normal ketika dianalisis menggunakan regresi logistik. Salah satu syarat dalam penggunaan regresi logistik adalah variabel dummy yang digunakan untuk melakukan analisis regresi terhadap variabel keterikatan atau keterikatan. Dalam penelitian ini peneliti tidak melakukan pemeriksaan normalitas data karena menurut Ghozali (2011:211), regresi logistik tidak memerlukan asumsi normalitas variabel dan tidak memperhitungkan heteroskedastisitas (Gujarati, 2003:597) . Terakhir, Agus (2010:139) menyatakan bahwa regresi logistik memerlukan evaluasi yang cermat untuk mengidentifikasi beberapa hasil statistik yang baik. Uji *Hosmer Goodness of Fit dan Lemeshow* digunakan untuk mengevaluasi model regresi. Model ini digunakan untuk menguji hipotesis bahwa bukti empiris tidak dapat diandalkan atau konsisten dengan pengujian. Tujuan model ini adalah untuk menguji hipotesis bahwa data empiris konsisten dengan model (yaitu tidak ada perbedaan antara model dan data, oleh karena itu model dapat disebut fit). (Ghozali, 2011:341):

- a. Jika nilai *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test statistics* lebih besar dari 0.05, maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya.

b. Jika nilai *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test statistics* sama dengan atau kurang dari 0.05, maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga *Goodness of fit model* tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya.

3.7 Uji Kesesuaian Model

3.7.1 Menilai Kelayakan Model (*goodness fit of test*)

Menurut Ghozali (2011) dalam Hidayat (2014), *goodness of fit test* bisa dilakukan dengan melihat output dari *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*, dengan hipotesis:

Ho : Model yang dihipotesiskan fit dengan data

Ha : Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data

Jika statistik Hosmer dan Leme sama dengan atau sedikit kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (H0) ditetapkan, yang menunjukkan bahwa ada perbedaan antara nilai signifikan model dan pengamatannya, oleh karena itu dilakukan Uji *Goodness of Fit*. Karena model tersebut tidak dapat memprediksi data observasi secara akurat, maka model tersebut bukanlah model yang baik. Sebaliknya jika nilai statistik *Hosmer and Lemeshow lebih* dari 0,05, maka hipotesis nol (H0) tidak dapat ditolak, yang berarti model mampu memprediksi nilai observasinya.

3.7.2 Uji Log Likelihood Value (nilai $-2 \text{ Log Likelihood Value}$)

Membandingkan nilai $-2 \text{ Log Likelihood Value}$ di awal (*block number = 0*), dimana model hanya menggunakan konstanta, dengan nilai $-2 \text{ Log Likelihood Value}$ di *block number = 1*, dimana model menggunakan konstanta dan variabel bebas. Model regresi yang baik ditunjukkan jika nilai nilai $-2 \text{ Log Likelihood Value}$

$block\ number = 0$ lebih besar dari nilai $-2\ Log\ Likelihood\ Value\ block\ number = 1$. Dengan demikian, uji *Log Likelihood* menunjukkan bahwa model regresi semakin baik. lebih baik.

3.7.3 Uji *Cox and Snell R Square* Dan Nominal

Menurut Ghozali dalam Hidayat (2014), *Cox and Snell's R Square* dan *Nagellkerke's R Square* menunjukkan adanya beberapa variabilitas variabel dependen yang signifikan dan dapat dijelaskan oleh variabel independen. *Cox & Snell R Square* menggunakan nilai minimum yang mendekati 1 sehingga sulit untuk diinterpretasikan. Dengan nilai berkisar antara 0 hingga 1, *Nagelkerke R Square* merupakan modifikasi dari *Cox & Snell R Square*.

3.7.4 Uji Hipotesis

Tujuan dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui beberapa pengaruh penting dari variabel independen yang dimasukkan dalam model terhadap variabel dependen. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah regresi logistik (*logistic regresi*). Cara untuk menguji seluruh hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan regresi logistik, di mana variabelnya merupakan kombinasi antara variabel kontinyu (data metrik) dan variabel kategorial (data non metrik). Kombinasi dari skala pada variabel independen ini mengakibatkan asumsi distribusi normal multivariat tidak dapat dipenuhi, sehingga fungsinya menjadi logistik. Teknik analisis ini tidak memerlukan pengujian normalitas serta pengujian asumsi klasik pada variabel independennya (Ghozali,2017).

Berikut merupakan langkah-langkah pengujian hipotesis:

1. Untuk nilai $\beta = 0$ artinya variabel tidak berpengaruh terhadap kesiediaan untuk membayar konsumen / tidak kesiediaan untuk membayar konsumen terhadap sayuran hidroponik, nilai $\beta \neq 0$ artinya variabel berpengaruh terhadap kesiediaan.
1. Untuk membayar konsumen / tidak kesiediaan untuk membayar konsumen terhadap sayuran hidroponik.

Pada tingkat signifikansi (α) 5%, H_0 diterima apabila nilai *Asymptotic Significance* > tingkat signifikansi (α) hal ini menyatakan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. H_1 menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel keterikatan jika nilai *Asymptotic Significance* lebih kecil dari ambang batas signifikansi (α).

3.8 Defenisi Dan Batasan Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman mengenai pengertian dalam istilah-istilah yang digunakan di penelitian ini, maka dibuat defenisi dan batasan operasional sebagai berikut :

1. Sayuran Hidroponik adalah sayuran yang ditanam dengan menggunakan larutan nutrisi dengan menggunakan sistem irigasi air.
2. Kesiediaan untuk Membayar mengacu pada kesiediaan konsumen untuk membayar harga penuh suatu produk atau jasa. Harga yang dibahas dalam penelitian ini adalah harga sawi hidroponik yang dipasarkan di Syifa Hidroponik.
3. Pendapatan adalah besaran upah atau gaji yang diterima oleh responden tiap bulan dalam satuan rupiah dalam penelitian ini, pendapatan responden sayuran hidroponik di Syifa Hidroponik.

4. Kualitas produk merupakan kemampuan hidroponik sayuran dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen berdasarkan gizi, rasa hidroponik, dan tampilan kemasan hingga informasi mengenai sawi hidroponik di Syifa Hidroponik.
5. Usia responden dalam penelitian ini adalah usia 18 tahun ke atas karena dianggap sudah dewasa dan dapat menentukan pilihannya sendiri.
6. Gaya hidup adalah aktivitas, sikap, dan pendapat seseorang yang khusus berkaitan dengan harga dirinya untuk mengekspresikan posisi sosialnya dalam kaitannya dengan konsumsi sayuran.
7. Harga suatu produk adalah besaran yang ditetapkan produsen untuk suatu produk hidroponik yang dapat disesuaikan berdasarkan harga maksimum yang dapat ditawarkan responden untuk suatu produk hidroponik di Syifa Hidroponik dengan menggunakan bobot 2; Terkait penjualan sawi hidroponik di Syifa hidroponik, Sangat tidak sepenuhnya puas dengan bobot 1.
8. Obtaining bids adalah proses mendapatkan penawaran harga dari berbagai penyedia atau kontraktor untuk suatu proyek atau pembelian barang/jasa. Proses ini biasanya melibatkan permintaan penawaran (*request for proposal/RFP*) atau permintaan penawaran harga (*request for quotation/RFQ*) yang dikirim ke sejumlah penyedia potensial. Tujuannya adalah untuk membandingkan harga, kualitas, dan ketentuan lainnya agar dapat memilih penawaran terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang tersedia.
9. Nilai WTP (*Willingness to Pay*) adalah jumlah maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Nilai ini mencerminkan seberapa besar konsumen menghargai barang atau jasa tersebut

dan sering digunakan dalam analisis ekonomi untuk memahami preferensi konsumen, menetapkan harga, dan mengevaluasi manfaat dari suatu produk atau layanan. Nilai WTP bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pendapatan, kebutuhan, preferensi pribadi, dan harga alternatif yang tersedia.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Besar rata-rata nilai WTP konsumen sawi hidroponik yaitu Rp. 3.005 per ons, dari harga sebelumnya Rp. 2500/ons dengan peningkatan persentase sebesar 20% dari harga sebelumnya
2. Variabel kualitas produk, harga, dan pendapatan berpengaruh nyata terhadap peluang kesiediaan membayar oleh konsumen atas sawi hidroponik. Variabel gaya hidup, umur tidak berpengaruh terhadap peluang kesiediaan membayar oleh konsumen atas sawi hidroponik.

6.2 Saran

Saran yang diberikan kepada penelitian ini adalah:

1. Kepada Pelaku Usaha
Sebaiknya UMKM Syifa Hidroponik memberikan penawaran harga yang sesuai dengan daya beli konsumen sehingga kesiediaan konsumen membayar lebih pada pembelian sawi hidroponik di Syifa hidroponik dapat meningkat dengan sendirinya.
2. Kepada konsumen
Sebaiknya konsumen lebih mempertimbangkan harga sawi hidroponik dengan rasa yang didapatkan ketika mengkonsumsinya
3. Penelitian selanjutnya
dapat diperluas lagi, tidak hanya meneliti variabel kualitas produk, gaya hidup, dan harga produk. Peneliti selanjutnya dapat juga meneliti variabel

lain seperti pendidikan, pekerjaan serta jumlah anggota keluarga. Peneliti selanjutnya juga bisa menambahkan objek penelitian seperti sayuran hidroponik lainnya sebagai pembanding



DAFTAR PUSTAKA

- Afika Aldi (2023) *Analysis of Willingness to Pay for Hydroponic Vegetable Consumers and its Affecting Factors in Medan City*(Universitas Sumatera Utara)
- Afrizal, T Makmur mujibrbrahmad. (2023) Faktor faktor yang mempengaruhi keputusan Membeli Sayuran Hidroponik Di Kota Banda Aceh . *jurnal ilmiah mahasiswa pertanian* , 8(4), 193-204
- Agus, M. (2010). Metode penelitian pendidikan.penerbit: Rineka cipta ,Jakarta
- Amelia, D. (2016). *Willingness to pay (WTP) masyarakat DIY terhadap obyek wisata kebun raya dan kebun binatang gembira loka.* (Skripsi),Universitas Muhammdiyah Yogyakarta, Yogyakarta.
- Ameriana, M.(2006). *Kesediaan konsumen membayar premium untuk tomat aman residu pestisida.* *Jurnal holtikultura*16 (2): 165-174
- Aslam Anwar, M.(2016). *Tingkat Preferensi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Di Sulawesi Selatan.* Skripsi Sosial Ekonomi PertanianUniversitas Hasanuddin Makassar Sadono, Sukirno. 2006. *EkonomiPembangunan: Proses, Masalah, dan Dasar Kebijakan.* Jakarta:Prenada Media Group
- Bahar, Najib, Mukhamat (2018) *Analisis kesediaan membayar konsumen dan atribut produk sayuran hidroponik (studi kasus program urban farming binaan PT PJB UB Muara Karang)* (Universitas Pertanian Bogor)
- Darmawan, Didit, (2008). *Dasar-dasar Pemasaran.* Metromedia, Surabaya.
- Febrita, Chyntia. (2017). *Analisis Kesediaan Membayar (Willingness ToPay) Beras Organik.* Skripsi. Makassar : Universitas Hasanuddin
- Fajria, F., Ethika, D., & Kusnaman, D. (2020). Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern Purwokerto dan Faktor Yang Memengaruhi. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 17(1), 40-48.
- Ghozali , dan Imam. (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate Degan Program SPSS*” Semarang: Badan Penerbit (Universitas Diponegoro)
- Grace Laumahina, dan Njo Anastasia, (2014), *Kesediaan untuk Membayar padaGreen Residential*, *FINESTA* vol.2 no.1 page 82-86, Universitas Kristen Petra.
- Gujarati, (2003). *Ekonometrika Dasar(Basic econometectrics)*
- Hadianti dkk, (2019). *Persepsi konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik (suatu kasus pada pada konsumen sayuran hidroponik saat car free day (CDF) Kabupaten Ciamis)*

- Hasbiah, A. W., Rochaeni, A., & Sutopo, A. F. (2018). Analisis kesiediaan membayar (*willingness to pay*) dan kesiediaan untuk menerima kompensasi (*willingness to accept*) dari keberadaan tempat penampungan sementara ciwastra dengan Contingent Valuation Method. *Infomatek: Jurnal Informatika, Manajemen dan Teknologi*, 20(2), 107-116.
- Hasiani, F. (2013). Analisis kesiediaan membayar WTP (*willingness to pay*) dalam upaya pengelolaan obyek wisata Taman Alun Kapuas Pontianak, Kalimantan Barat. *Jurnal Teknologi Lingkungan Lahan Basah*, 1(1).
- Halim, P. (2000). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di PT Hero Supermarket Cabang Pajajaran Bogor*. Jurnal. Fakultas Pertanian, IPB. Bogor
- Hurlock, E.B (2002). Psikologi Perkembangan. 5th edition. Erlanga: Jakarta. Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Cetakan Ketiga. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Jones, C. P. (2014). *Investment : Principles and Concept, 12th Edition*. New York: John Wiley & Sons.
- Kara, Muslimin. (2009). *Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Makassar*. Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum, Vol.47(1)
- Kotler, Philip, dan Gregory Armstrong, (2001), *Dasar-Dasar pemasaran*, diterjemahkan oleh Drs. Aleksander Sindoro, Edisi indonesia, jilid II prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2009. *Manajemen pemasaran*. Airlangga, Jakarta.
- Krystallis A, dan Gary, A 2011 *principles of marketing* PT Indeks-prenice Hall. Jakarta
- Lestari, Ridguan, Elliyanti, Martino (2020) *Pengembangan sistem pertanian hidroponik pada lahan sempit kompleks perumahan (Universitas Jambi)*
- Mega, A. R. P., Hendrarini, H., & Santoso, W. (2022). Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen Terhadap Pembelian Produk Sayuran Melalui Online Market Sayurbox. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 9(1), 362-375.
- Mujiburrahmad, Husna, Saputra (2022) *peningkatan kualitas sayur hidroponik, pengembangan system pemasaran berbasis Mobile A pplication pada usaha Ruhul Hidroponik Dan Ismulia Farm*
- Mubarok, AH., Ciptomulyono, U. (2012). *Valuasi Ekonomi Dampak Lingkungan Tambang Marmer Di Kabupaten Tulungagung Dengan Pendekatan WillingnesTo Pay dan Fuzzy MCDM*. Jurnal Teknik ITS, Vol.1(1)

- Muntaha, M. (2018). *Sayuran Hidroponik Ditopang Permintaan Restoran dan Kafe*. Dipetik Februari 01 2019, dari <https://radarbojonegoro.jawapos.com/read/2018/01/20/41807/sayuran-hidroponik-ditopang-permintaan-restoran-dan-kafe>
- Nabila rahmandika (2023) *pengaruh produk, harga tempat dan promosi terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik secara online di pt sayuran pagi pada masa pandemic covid 19* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)
- Nasrulloh, dan noor (2021) *kepuasaan konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik casa farm bandung*(universitas padjadjaran)
- Nicholson, W., & Snyder, C. M. (2012). *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions*. Cengage Learning
- Ningsih, K., Sakdiyah, H., Felani, H., Dwiaastuti, R., & Asmara, R. (2019). *Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Masyarakat Terhadap Pertanian Organik Buah Naga*. *Agriekonomika*, 8(2), 143-155.
- Pracaya. (2011). *Bertanam Sayur Organik*. Penebar Swadaya. Jakarta. 123 h.
- Priambodo, LH., Najib, M.(2014). *Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Sayuran Organik dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. *Jurnal Manajemen dan Organisasi* Vol 5 (1)
- Rahayu. (2017). *Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Beras Cerdas CV. An Nahlah di Kabupaten jember*. *JSEP*, vol 10(1) : 17-30.
- Ratih Pravita, dkk. (2013). *Persepsi Konsumen terhadap Beras Organik dan Anorganik di Tolo Satvika Boga Sanur Denpasar*. *Jurnal Ilmiah PS Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Udayana*. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, ISSN;2301-6523 Vol.2, No.2.
- Rifki, dan Uswatun. (2008) *Valuasi ekonomi objek wisata pantai parangkritis, Bantul Yogyakarta*. *Jurnal ekonomi dan pembangunan indonesia*, vol 18, No 2
- Roslani, R dan N. Sumarni. (2005). *Budidaya Tanaman Sayuran dengan Teknik Hidroponik*. *Balai Penelitian Tanaman Sayuran Pusat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura*. Bandung. 27 Hal.
- Sameto H. (2003). *Tanaman Hidroponik*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Safitri N, Y. (2020) *Analisis kesiediaan membayar sayuran hidroponik dan faktor-faktor yang mempengaruhinya di Kota Pangkalpinang* (Universitas Bangka Belitung)
- Secapramana, & Halim, L. V. (2000). *Model Dalam Strategi Penetapan Harga*. *Unitas*. 9(1): 33-34.
- Secapramana, dan Halim, L.V (2000) *Model dalam strategi penetapan harga Unitas* . 9(1) : 33-34

- Simanjuntak, Gusti Elfa M.. *Analisis willingness to pay masyarakat terhadap peningkatan pelayanan sistem penyediaan air bersih dengan WSLC(water sanitation for low income)* (studi kasus desa situdaun, Kabupaten Bogor). IPB.IPB.2009
- Sinurat, MYD (2022) *Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Sayuran Hidroponik Oleh Konsumen Di Pasar Modern Kota Medan* (Universitas Sumatera Utara)
- Sudarmodjo. (2008). *Pengenalan Sistem Hidroponik [Paper untuk Kalangan Sendiri]. Bogor: Parung Farm*
- Sugiono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&d.* Bandung: Alfabeta
- Sugiono. (2012). *Metode penelitian, Kuantitatif Kualitatif dan R&B.* Bandung Alvabeta
- Sugiyono (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D,* Bandung: Alfabeta.
- Sutiyoso, I. Y. (2004). *Hidroponik ala Yos.* In I. Y. Sutiyoso, *Hidroponik ala Yos* (p. 1). Jakarta: Penebar Swadaya.
- Theresa Eichhorn dan Oliver Meixner (2020) *Factors Influencing the Willingness to Pay for Aquaponic Products in a Developed Food Market: A Structural Equation Modeling Approach* (University of Natural Resources and Life Sciences, 1180 Vienna, Austria
- Voss, Glenn B and Zannie Giroud, (2000) *strategic orientation and firm perfomance in an Artistic Environment. Journal of marketing. January. Vol. 64, 67-83.*
- Yunus, Siswadi, Syakir (2019). *Analisis kesiediaan membayar (willingness to pay) sayuran organik dan faktor yang mempengaruhi di kota malang*(Universitas Islam

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN TERHADAP SAWI (*BRASSICA JUNCEA L*) HIDROPONIK (Studi Kasus UMKM Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa program studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian dalam rangka menyusun skripsi. Sehubungan dengan skripsi saya mengenai analisis kesiediaan membayar (*willingness to pay*) konsumen terhadap sawi hidroponik maka saya memohon kesiediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan secara lengkap dan benar. Semua data yang diberikan bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini. Terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara menjadi salah satu responden yang secara sukarela mengisi kuesioner ini.

A. Karakteristik Responden

1. Nama Responden :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Jenis Kelamin :
5. Pendidikan terakhir :
 - a. SD

- b. SMP
 - c. SMA
 - d. Diploma/Sarjana
6. Pekerjaan :
- a. Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri Sipil
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Wiraswasta
7. Pendapatan Pribadi :
- a. Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000
 - b. Rp.2.000.000 – Rp.3.000.000
 - c. Rp.4.000.000 – Rp.5.000.000
 - d. >Rp.6.000.000
8. Sejak kapan mengkon sumsi sawi hidroponik:
- a. 1 minggu yang lalu
 - b. 1 bulan yang lalub
 - c. 1 tahun yang lalu
 - d. > 1 tahun yang lalu
9. Frekuensi pembelian sawi hidroponik selama seminggu :
- a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. 4 kali
10. Sekali belanja berapa banyak Sawi hidroponik yang dibeli :
- a. 2 ons
 - b. 5 ons
 - c. 1kg
 - d. >1 kg
11. Harga Sawi hidroponik/ons yang biasa di beli :
- a. < Rp.2.000
 - b. Rp.2.000 – Rp.2,500
 - c. Rp.2,500 – Rp.3.000
 - d. >Rp.3.000

b.Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Sayuran hidroponik

1. Pasar Hipotesis

Hidroponik adalah suatu teknologi budidaya tanaman dalam larutan nutrisi dengan atau tanpa media buatan (pasir, kerikil, rockwool, perlite, peatmoss, coir, atau sawdust) untuk penunjang mekanik. Selain untuk meminimalisasi dampak karena keterbatasan iklim, hidroponik juga dapat mengatasi luas tanah yang sempit, kondisi tanah kritis, hama dan penyakit yang tak terkendali. Konsumen memperhatikan kebersihan, kesegaran, warna dan ukuran dari sayuran hidroponik yang lebih baik dibandingkan sayuran konvensional.

2. Apakah anda mengetahui apa itu sayuran hidroponik?

a. tahu

b. Tidak tahu

3. Setelah membaca pernyataan di atas, apakah anda bersedia membayar lebih mahal untuk mendapatkan manfaat dari Sawi hidroponik?

no	Jenis sayur	Jawaban				Alasan
1	Sawi	Harga Dasar	3000	3500	4000	
		Rp.2,500	38	14	5	

No	Jawaban	Score
1	sangat setuju(ss)	5
2	setuju(s)	4
3	kurang setuju (ks)	3
4	tidak setuju (ts)	2
5	sangat tidak setuju	1

C.silahkan beri tanda checklist pada opsi/pilihan pernyataan variable Independen yang sesuai dengan pendapat anda!

No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Kualitas Produk	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
	• Saya membeli sawi hidroponik karena mengandung gizi baik					
	• Saya membeli sawi hidroponik karena rasanya berbeda dengan sayur konvensional					
	• Saya membeli sawi hidroponik karena kemasannya memiliki desain yang menarik					
	• Saya membeli sawi hidroponik karena informasi produknya jelas					
	• Saya membeli sawi hidroponik karena kesegarannya lebih baik dari sayuran konvensional					

No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
2	Gaya Hidup	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
	• Saya mengkonsumsi sawi hidroponik karena baik untuk Kesehatan					
	• Saya mengkonsumsi sawi hidroponik karena memiliki riwayat penyakit					
	• Saya mengkonsumsi sawi hidroponik untuk memenuhi kebutuhan hidup					
	• Saya mengkonsumsi sawi hidroponik untuk memenuhi keperluan diet khusus					
	• Saya memilih sawi hidroponik sebagai prioritas utama dalam konsumsi sayuran saya					

No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
3	Harga	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
	• Harga menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian sawi hidroponik					
	• Harga sayuran tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sawi hidroponik					
	• Harga Sawi Hidroponik yang dijual di SyifaHidroponik cenderung tetap					
	• Apabila terjadi kenaikan harga Sawi hidroponik saya masih akan mengkonsumsi sayuran hidroponik					
	• Saya tidak terlalu melihat berapa harga Sawi Hidroponik, yang saya perhatikan adalah manfaat yang saya rasakan					

Lampiran 1. Identitas Responden

No.	Nama Responden	Usia (Tahun)	Jenis Kelamin	Jumlah Pengeluaran Keluarganya	Tingkat Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan (Rp)	Frekuensi Pembelian
1	nurhazizah malau	22	Perempuan	1	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000 - Rp.3.000.000	2 kali
2	tiur sianturi	34	Perempuan	2	SMA	Pegawai Swast	>Rp. 6.000.000	3 kali
3	desi sinaga	36	Perempuan	3	S1	PNS	>Rp. 6.000.000	2 kali
4	joy sembinging	28	laki laki	1	SMA	Pegawai Swast	>Rp. 6.000.000	3 kali
5	Dwy waruwu	34	Perempuan	3	S1	Wiraswasta	Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	2 kali
6	elsa sitepu	20	Perempuan	1	SMA	Pegawai Swast	Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	1 kali
7	Hema bru Surbakti	51	Perempuan	4	SMA	Wiraswasta	>Rp. 6.000.000	4 kali
8	bunga tondang	30	Perempuan	1	S1	PNS	Rp.2.000.000 - Rp. 3.000.000	1 kali
9	sara sitompul	45	Laki-Laki	1	S1	Pegawai Swast	>Rp. 6.000.000	1 kali
10	tasya pasaribu	45	Perempuan	4	SMA	IRT	>Rp. 6.000.000	2 kali
11	sisil	28	Perempuan	1	S1	PNS	>Rp. 6.000.000	4 kali
12	Elisma	35	perempuan	2	S1	Pegawai Swast	>Rp. 6.000.000	4 kali
13	sika jessika	32	Perempuan	1	SMA	Wiraswasta	>Rp. 6.000.000	2 kali
14	nanda tampubolon	45	Laki-Laki	2	S1	Wiraswasta	>Rp. 6.000.000	2 kali
15	lilis simamora	35	Perempuan	1	S1	Wiraswasta	>Rp. 6.000.000	2 kali
16	joni ambarita	23	Laki-Laki	1	SMA	Mahasiswa	Rp.2.000.000 - Rp. 3.000.000	2 kali
17	vana sibayak	50	Perempuan	4	SMA	Wiraswasta	>Rp. 6.000.000	4 kali
18	tiara sitanggung	53	Perempuan	5	S1	Wiraswasta	>Rp. 6.000.000	2 kali
19	hanna sipayung	35	Perempuan	4	SMA	Wiraswasta	Rp.2.000.000 - Rp. 3.000.000	2 kali
20	ardi sitopul	30	laki laki	1	Diploma	Pegawai Swast	Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	3 kali
21	rani sianturi	29	perempuan	1	SMA	PNS	Rp.2.000.000 - Rp. 3.000.000	2 kali
22	ika sinurat	55	Perempuan	6	SMA	IRT	Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	2 kali
23	Dela	45	Perempuan	3	S1	IRT	>Rp. 6.000.000	2 kali
24	ovalia bangun	47	Perempuan	5	S1	Wiraswasta	>Rp. 6.000.000	3 kali
25	Mika hutabarat	27	Perempuan	2	S1	Wiraswasta	Rp.2.000.000 - Rp. 3.000.000	3 kali
26	emy tarigan	30	Perempuan	2	S1	Wiraswasta	Rp.2.000.000 - Rp. 3.000.000	3 kali
27	nova sinaga	49	Perempuan	3	S1	Pegawai Swast	Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	1 kali
28	ayu simare mare	25	Perempuan	1	S1	Pegawai Swast	Rp.2.000.000 - Rp. 3.000.000	2 kali
29	icha sembinging	28	Perempuan	1	SMA	PNS	Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	2 kali
30	elsa sitanggung	21	Perempuan	1	SMA	Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	2 kali

31	agnes sinambela	25	Perempuan	1	SMA	Wiraswasta	Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	2 kali
32	fitri sitorus	35	Perempuan	1	SMA	IRT	>Rp. 6.000.000	2 kali
33	dewi sianturi	21	Perempuan	2	SMA	Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	1 kali
34	ayu sihotang	46	Perempuan	2	SMA	Wiraswasta	Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	4 kali
35	bila lubis	51	Perempuan	4	S1	Wiraswasta	>Rp. 6.000.000	3 kali
36	alfi nasution	52	Perempuan	4	Diploma	Wiraswasta	>Rp. 6.000.000	2 kali
37	ratna siregar	29	Perempuan	1	SMA	PNS	Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	2 kali
38	Nanda	46	Perempuan	2	S1	Pegawai Swast	Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	1 kali
39	dio siregar	28	Laki-Laki	1	S1	Pegawai Swast	>Rp. 6.000.000	2 kali
40	Rina	27	Perempuan	1	SMA	IRT	Rp.1.000.000 - Rp. 2.000.000	3 kali
41	miya siagian	25	Perempuan	1	SMA	IRT	Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	1 kali
42	putri ginting	23	Perempuan	2	S1	Wiraswasta	Rp.2.000.000 - Rp. 3.000.000	3 kali
43	Cipto	22	Laki-Laki	1	SMA	Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	2 kali
44	elva sinaga	25	Perempuan	2	S1	Pegawai Swast	Rp.2.000.000 - Rp. 3.000.000	3 kali
45	yuni	25	Perempuan	2	SMA	Pegawai Swast	Rp.2.000.000 - Rp. 3.000.000	2 kali
46	Jessika	30	Perempuan	2	S1	PNS	>Rp. 6.000.000	2 kali
47	ahmad	25	Laki-Laki	2	Diploma	Wiraswasta	Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	1 kali
48	Yenni lestari	51	Perempuan	5	S1	PNS	>Rp. 6.000.000	2 kali
49	sri ana	27	Perempuan	1	SMA	IRT	Rp.1.000.000 - Rp. 2.000.000	1 kali
50	kartika	40	Perempuan	3	Diploma	IRT	>Rp. 6.000.000	3 kali
51	lia	29	Perempuan	2	Diploma	IRT	>Rp. 6.000.000	2 kali
52	Fransiska	45	Perempuan	2	S1	Wiraswasta	>Rp. 6.000.000	3 kali
53	sari	35	Perempuan	2	S1	Pegawai Swast	>Rp. 6.000.000	1 kali
54	rumsah	35	Perempuan	1	S1	IRT	>Rp. 6.000.000	2 kali
55	Sri Burianti	30	Perempuan	4	S1	Wiraswasta	Rp.2.000.000 - Rp. 3.000.000	3 kali
56	Radir	30	Perempuan	1	S1	IRT	>Rp. 6.000.000	2 kali
57	sutari	23	Perempuan	1	SMA	Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4 kali
58	Nurhayati	44	Perempuan	4	SMA	IRT	>Rp. 6.000.000	3 kali
59	yuli	34	Perempuan	2	S1	IRT	>Rp. 6.000.000	3 kali
60	Hani	30	Perempuan	1	S1	IRT	>Rp. 6.000.000	1 kali

Lampiran 2. WTP Responden

No	Keterangan	Nilai yang bersedia dibayar
1	Bersedia	3.500
2	Bersedia	3500
3	Bersedia	4.000
4	Bersedia	4.000
5	Bersedia	3.000
6	Bersedia	3.000
7	Bersedia	3.000
8	Bersedia	3.000
9	Bersedia	3.500
10	Bersedia	3.000
11	Bersedia	4.000
12	Bersedia	3.500
13	Bersedia	3.000
14	Tidak bersedia	
15	Bersedia	3.000
16	Bersedia	3.000
17	Bersedia	3.500
18	Bersedia	4.000
19	Bersedia	3.000
20	Bersedia	3.500
21	Bersedia	3.000
22	Tidak bersedia	
23	Bersedia	3.000
24	Bersedia	3.000
25	Bersedia	3.000
26	Bersedia	3.000
27	Bersedia	3.000
28	Bersedia	3.000
29	Bersedia	3.000
30	Bersedia	3.500

31	Bersedia	3.000
32	Bersedia	3.000
33	Tidak bersedia	
34	Bersedia	3.500
35	Bersedia	3.000
36	Bersedia	3.000
37	Bersedia	3.000
38	Bersedia	3.000
39	Bersedia	3.000
40	Bersedia	3.500
41	Bersedia	3.500
42	Bersedia	3.500
43	Bersedia	3.500
44	Bersedia	4.000
45	Bersedia	3.500
46	Bersedia	3.000
47	Bersedia	3.000
48	Bersedia	3.000
49	Bersedia	3.000
50	Bersedia	3.000
51	Bersedia	3.000
52	Bersedia	3.000
53	Bersedia	3.000
54	Bersedia	3.000
55	Bersedia	3.000
56	Bersedia	4.000
57	Bersedia	3.000
58	Bersedia	3.000
60	Bersedia	3.000
	Jumlah	183.000

Lampiran 4. Scoring kualitas produk

No	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	Total x1
1	5	4	4	5	5	23
2	3	5	5	4	2	19
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	3	5	3	21
5	5	4	5	4	4	22
6	4	4	5	5	5	23
7	4	5	5	4	5	23
8	5	5	4	4	3	21
9	4	5	4	3	4	20
10	5	4	5	5	3	22
11	3	4	4	4	5	20
12	4	5	3	4	4	20
13	5	5	5	5	5	25
14	4	5	5	3	3	22
15	4	5	4	5	4	22
16	4	5	3	5	4	21
17	5	3	5	5	4	23
18	5	5	5	5	5	25
19	3	4	4	4	5	20
20	4	5	4	4	4	21
21	4	5	4	5	4	22
22	5	5	5	5	5	25
23	5	4	5	4	5	23
24	4	4	3	3	3	17
25	4	5	5	4	4	22
26	4	4	3	3	5	19
27	5	4	5	4	5	23
28	5	5	3	4	3	20
29	5	5	5	4	5	24
30	3	4	4	4	5	20

31	4	5	4	4	5	21
32	4	4	4	4	5	21
33	5	5	4	5	5	24
34	4	5	4	4	5	22
35	5	5	5	5	5	25
36	3	4	4	3	4	18
37	4	5	5	5	5	24
38	4	4	4	4	4	19
39	4	4	5	4	3	20
40	4	3	4	4	5	20
41	4	5	5	4	5	23
42	3	3	5	4	5	20
43	5	5	5	5	5	25
44	3	3	3	4	3	16
45	4	5	4	3	4	20
46	5	4	4	4	5	22
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	5	5	5	25
49	5	4	4	4	4	21
50	4	3	5	4	4	20
51	4	3	4	3	3	17
52	5	4	4	4	4	21
53	5	5	3	4	5	22
54	4	5	3	4	4	20
55	3	4	4	3	5	19
56	5	5	4	4	5	23
57	5	5	5	5	5	25
58	5	4	5	4	5	23
59	5	4	4	5	5	23
60	3	4	4	5	5	21

Lampiran 5. Gaya Hidup

No	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	total x2
1	4	5	4	5	5	23
2	3	4	3	3	4	17
3	4	4	5	5	5	23
4	5	3	5	5	5	23
5	5	4	4	5	5	23
6	5	4	5	4	5	23
7	5	3	5	5	5	23
8	5	4	5	4	5	23
9	5	5	4	4	5	23
10	5	4	5	5	4	23
11	4	5	5	4	5	23
12	3	5	5	5	5	23
13	5	5	5	4	4	23
14	3	5	4	4	5	23
15	4	5	4	5	5	23
16	5	4	5	4	5	23
17	5	4	4	5	5	23
18	4	5	4	5	5	23
19	4	5	5	4	5	23
20	4	5	5	4	5	23
21	4	4	5	5	5	23
22	5	5	5	4	4	23
23	5	5	4	5	4	23
24	5	5	5	3	5	23
25	4	4	5	5	5	23
26	5	5	4	4	5	23
27	4	5	5	4	5	23
28	5	5	4	4	5	23
29	5	5	4	4	5	23
30	4	5	5	4	5	23

31	4	5	4	5	5	23
32	4	5	4	5	5	23
33	5	4	4	5	5	23
34	4	4	5	5	5	23
35	4	5	4	5	5	23
36	4	5	4	5	5	23
37	5	4	5	4	5	23
38	3	5	5	5	5	23
39	5	4	4	5	5	23
40	4	5	4	5	5	23
41	4	5	5	4	5	23
42	4	5	5	4	5	23
43	4	4	5	5	5	23
44	5	5	5	4	4	23
45	5	5	4	5	4	23
46	5	5	5	3	5	23
47	4	4	5	5	5	23
48	4	4	5	5	5	23
49	5	3	5	5	5	23
50	5	4	4	5	5	23
51	5	4	5	4	5	23
52	5	3	5	5	5	23
53	5	4	5	4	5	23
54	5	5	4	4	5	23
55	5	4	5	5	4	23
56	4	5	5	4	5	23
57	3	5	5	5	5	23
58	5	5	5	4	4	23
59	5	5	4	4	5	23
60	5	4	5	5	4	23

Lampiran 6. Harga Produk

No	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	total x3
1	4	5	5	4	5	23
2	3	3	3	3	4	16
3	4	4	5	4	3	20
4	3	4	4	3	4	18
5	3	3	3	3	3	15
6	3	4	4	4	5	20
7	4	4	5	5	4	22
8	3	4	3	5	4	19
9	4	3	4	5	4	20
10	4	3	4	4	5	20
11	3	4	5	4	4	20
12	4	5	4	4	5	22
13	4	4	5	3	4	20
14	5	5	5	5	5	25
15	4	4	5	3	5	21
16	3	5	4	4	4	20
17	4	4	5	4	4	21
18	5	5	5	5	5	25
19	4	3	4	3	4	20
20	3	4	5	4	4	20
21	5	4	4	5	5	23
22	5	5	5	5	5	25
23	4	4	5	4	5	22
24	3	3	4	5	4	19
25	4	4	5	5	5	23
26	3	4	4	3	4	18
27	4	4	5	4	4	21
28	3	5	4	3	4	19
29	5	5	5	5	5	25
30	3	4	4	4	5	20

31	3	5	5	4	4	21
32	3	3	4	4	4	18
33	4	4	5	4	3	20
34	4	4	4	5	5	22
35	5	5	5	5	5	25
36	4	5	4	3	3	19
37	4	4	4	3	4	19
38	5	5	4	3	3	20
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	3	19
41	3	5	4	3	5	20
42	4	4	4	4	4	20
43	5	4	4	5	5	23
44	4	4	3	4	4	19
45	3	4	4	4	4	19
46	3	4	5	4	5	21
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	3	3	4	18
50	5	4	4	4	3	20
51	4	4	3	3	4	18
52	4	5	5	4	3	21
53	3	3	4	5	5	20
54	4	4	3	5	5	21
55	4	3	4	5	5	21
56	3	3	4	5	4	23
57	5	5	5	4	4	23
58	4	4	5	4	4	21
59	4	5	4	5	5	23
60	3	5	5	4	4	21

Lampiran 7. Hasil Uji

1. Hasil Uji *Hosmer and Lemeshow Test*

Hosmer and Lemeshow Test

<i>Step</i>	<i>Chi-square</i>	<i>Df</i>	<i>Sig.</i>
1	8.098	8	.424

2. Hasil Uji Log Likelihood Value (Block Number 0)

Iteration History^{a,b,c}

<i>Iteration</i>	<i>-2 Log likelihood</i>	<i>Coefficients</i>	
		<i>Constant</i>	
Step 0	1	29.157	1.800
	2	24.310	2.555
	3	23.832	2.885
	4	23.822	2.943
	5	23.822	2.944
	6	23.822	2.944

3. Uji Log Likelihood Value (Block Number 1)

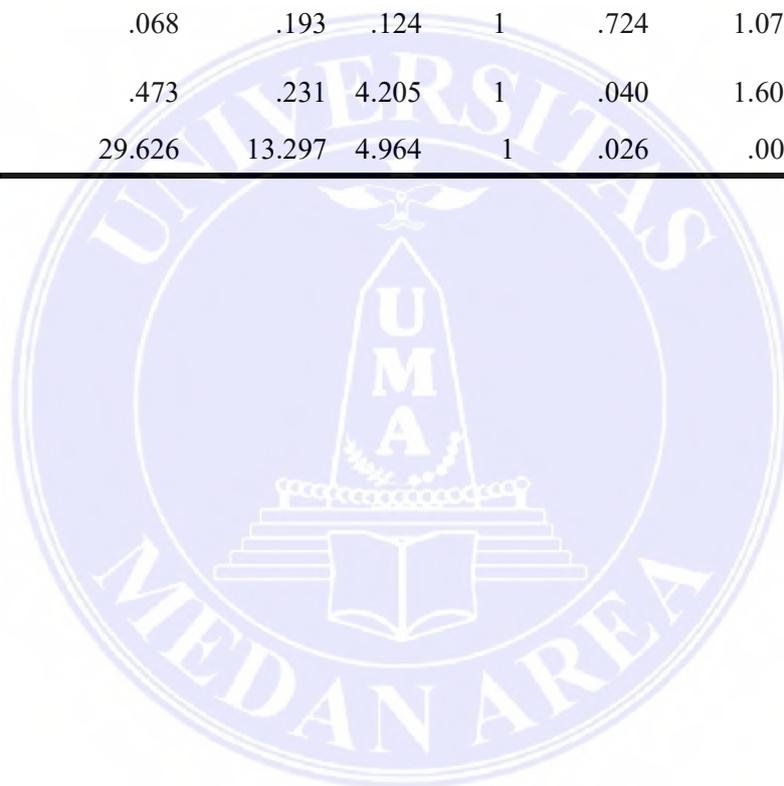
Iteration History^{a,b,c,d}

<i>Iteration</i>	<i>-2 Log likelihood</i>	<i>Coefficients</i>						
		<i>Constant</i>	X1	X2	X3	X4	X5	
Step 1	1	28.591	2.853	-.098	.038	.014	.005	.115
	2	22.974	5.360	-.248	.091	.039	.067	.249
	3	21.966	8.016	-.421	.135	.070	.090	.434
	4	21.868	9.445	-.503	.147	.085	.128	.629
	5	21.866	9.674	-.515	.147	.087	.169	.700
	6	21.866	9.678	-.515	.147	.087	.176	.735
	7	21.866	9.678	-.515	.147	.087	.176	.773

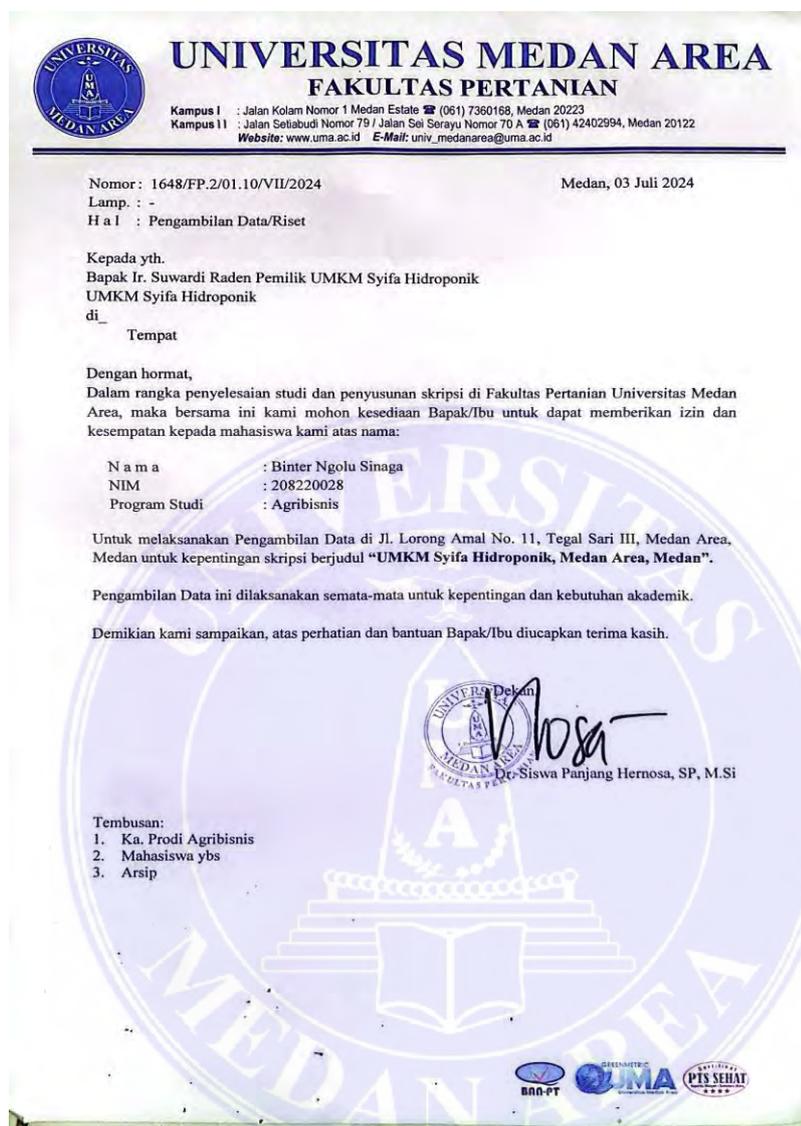
4. Uji Regresi Logistik

Variables in the Equation

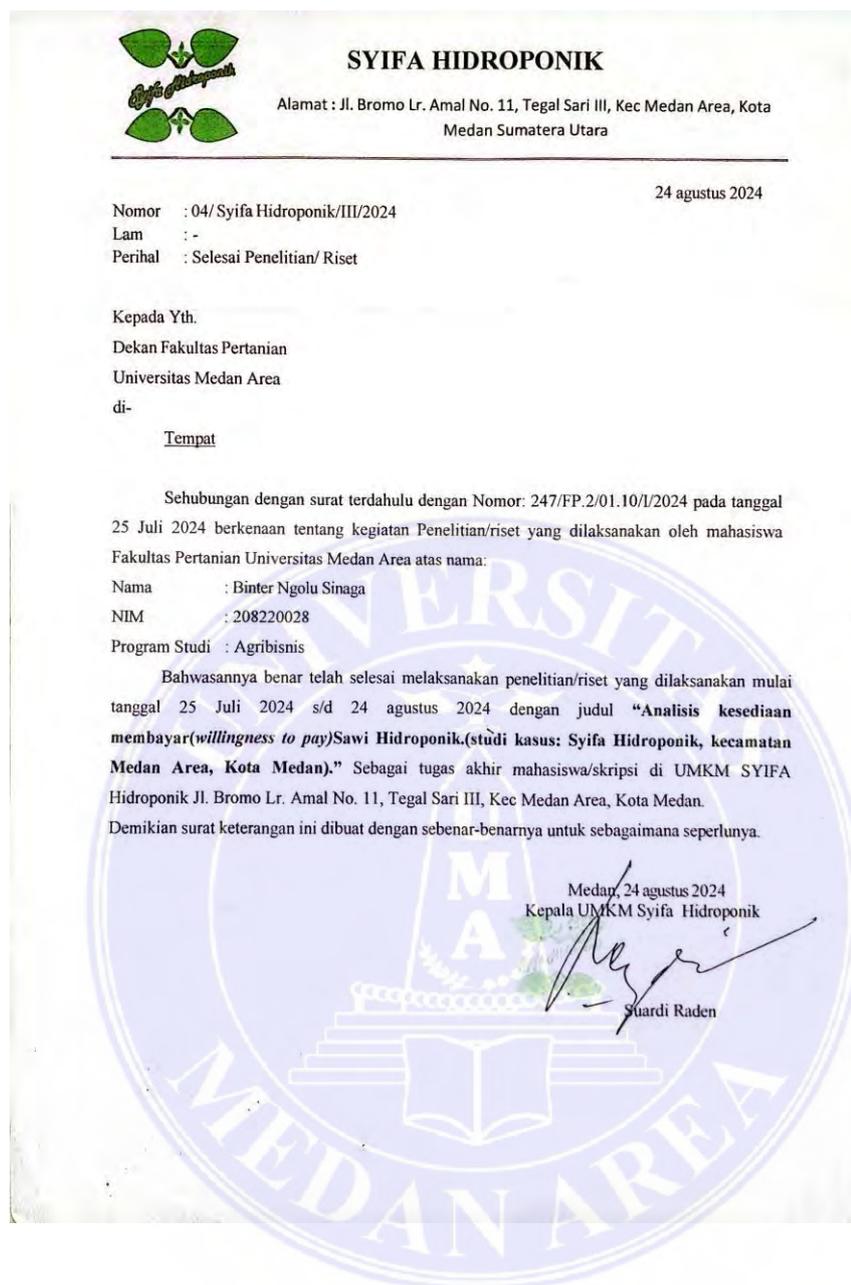
		B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)	95,0% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	KUALITAS_PRODUK	.001	.001	7.664	1	.006	.1000	.1000	1.000
	GAYA_HIDUP	.055	.250	.048	1	.827	1.056	.647	1.724
	HARGA	.115	.057	4.114	1	.043	1.122	1.004	1.254
	USIA	.068	.193	.124	1	.724	1.070	.733	1.563
	PENDAPATAN	.473	.231	4.205	1	.040	1.605	1.021	2.524
	Constant	29.626	13.297	4.964	1	.026	.000		



Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Surat Pengantar riset



Gambar 2. Surat Selesai Riset



Gambar 3. Lokasi Syifa Hidroponik



Gambar 4. Pemilik Syifa Hidroponik



Gambar 5. dokumentasi bersama konsumen Sawi Hidroponik



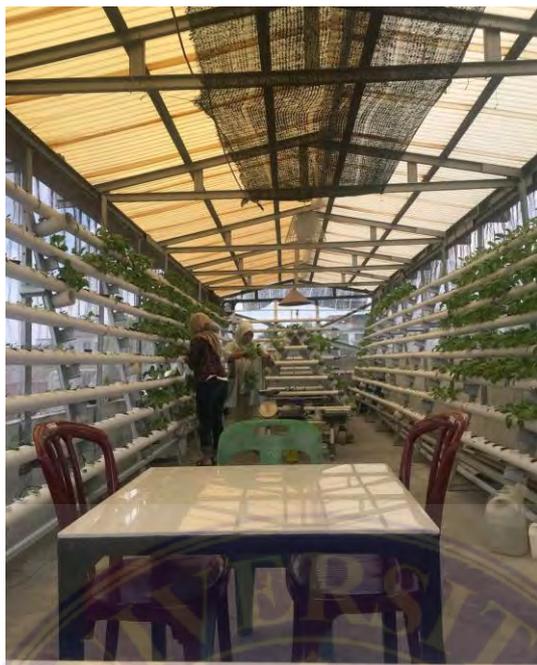
Gambar 6. Dokumentasi bersama konsumen Sawi Hidroponik



Gambar 7. Dokumentasi bersama konsumen Sawi Hidroponik



Gambar 8. . Dokumentasi Bersama Konsumen Sawi Hidroponik



Gambar 9. kebun syifa Hidropik

