

Apakah Konsumen Indonesia Menghargai Beras Organik?

Bukti dari Eksperimen Kesiediaan Membayar Konsumen dengan Insentif yang Sepadan

Dengan meningkatnya kesadaran tentang dampak buruk pertanian konvensional terhadap lingkungan dan kesehatan, Pemerintah Indonesia dan berbagai organisasi non-pemerintah telah mulai mempromosikan pertanian organik di Indonesia. Sebagian besar upaya tersebut berkonsentrasi pada pengembangan praktik pertanian organik, seperti pelatihan tentang penggunaan pupuk organik dan pestisida organik. Namun demikian, apakah konsumen lokal siap untuk mengadopsi produk organik? Pengetahuan tentang produk organik dan kesadaran akan efek positifnya terhadap kesehatan dan lingkungan tampaknya masih berada pada tingkat yang sangat rendah di kalangan konsumen. Sebagai bagian dari proyek penelitian IndORGANIC, eksperimen kesiediaan membayar konsumen (selanjutnya disebut WTP—*Willingness to Pay*) untuk produk organik dilakukan untuk menilai potensi pasar produk pertanian organik dan untuk merumuskan rekomendasi untuk pengembangan pertanian organik dalam perspektif konsumen. Catatan ringkas ini merangkum temuan-temuan utama dari penelitian ini.



Topik

- Kerelaan membayar untuk beras organik bersertifikat
- Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan produk or-

IndORGANIC

IndORGANIC merupakan proyek penelitian transdisipliner Jerman - Indonesia yang bertujuan untuk meneliti potensi pertanian organik di Indonesia pada umumnya dan Jawa pada khususnya. Proyek ini didanai oleh Kementerian Federal Bidang Pendidikan dan Penelitian Jerman dan berbasis di Universitas Passau, Jerman. IndORGANIC bekerja sama dengan tiga lembaga di Indonesia, yaitu Universitas Atma Jaya di Yogyakarta (UAJY), Institut Pertanian Bogor (IPB) dan Alliance Organic Indonesia (AOI). AOI merupakan organisasi payung untuk pertanian organik di Indonesia.



Eksperimen *Willingness-to-Pay* (WTP) dengan Insentif yang Sepadan

Eksperimen ini dilaksanakan di daerah perkotaan dan semi-perkotaan di kota Yogyakarta dan sekitarnya. Kesiediaan konsumen untuk membayar (WTP) 'didapat' melalui varian metode Becker-DeGroot-Marschak (BDM) yang menghadapkan peserta pada keputusan pembelian riil setelah mereka diajak untuk mengajukan penawaran harga atas 1 kg beras bersertifikasi organik. Hanya peserta yang menawarkan harga yang sama atau lebih tinggi dari harga yang diambil secara acak dalam suatu undian, yang boleh membeli beras sesuai dengan harga yang tercantum pada kertas undian. Metode ini memberikan insentif bagi konsumen untuk membuat tawaran yang sesuai dengan preferensi atau kesiediaan membayar mereka untuk mendapatkan beras organik. Kotak 2 menyajikan sebuah contoh dengan menggunakan buah naga alih-alih beras untuk menggambarkan prosedur eksperimen tersebut. Konsumen yang terlibat dalam eksperimen ini dikelompokkan secara acak dalam kelompok perlakuan atau kelompok kontrol. Selanjutnya kelompok perlakuan dibagi dalam dua kelompok: 1)kelompok perlakuan pertama diberi informasi tentang manfaat mengonsumsi organik terhadap kesehatan, dan 2)kelompok perlakuan kedua diberitahu tentang manfaat mengonsumsi produk organik bagi kelestarian lingkungan. Dalam hal ini, kedua kelompok perlakuan diperlihatkan video singkat. Sebaliknya, kelompok kontrol hanya diperkenalkan secara singkat pada prinsip dasar pertanian organik tetapi tidak diperlihatkan video. Hipotesisnya adalah bahwa memberikan informasi pada peserta tentang manfaat mengonsumsi produk organik dapat meningkatkan WTP responden. Eksperimen dilakukan dengan menggunakan varietas padi lokal. Keaslian beras organik dibuktikan pada responden dengan sertifikat nasional 'Organik Indonesia'.

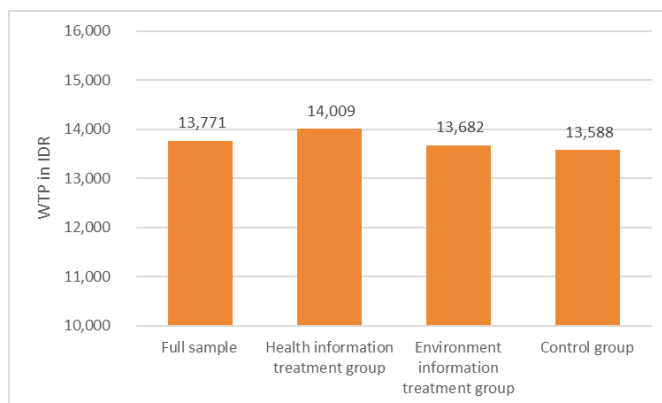
Hasil

WTP untuk Beras Organik

Rata-rata kesiediaan membayar konsumen (WTP) yang terlibat dalam eksperimen adalah pada harga Rp 13.771 untuk 1 kg beras organik bersertifikat. Hal ini sebanding dengan harga pasar untuk 1 kg beras konvensional sebesar Rp 11.475, sehingga beras organik mendapat premi harga sekitar 20%. Sebanyak 66% dari peserta penelitian mengajukan tawaran lebih dari atau sama dengan harga yang ditarik secara acak dan selanjutnya membeli beras tersebut. Hasil dari kelompok perlakuan dirangkum dalam Gambar 1. Membandingkan WTP di antara dua kelompok perlakuan yang berbeda menunjukkan WTP yang lebih tinggi untuk kedua kelompok tersebut dibandingkan dengan kelompok kontrol. Namun demikian, perbedaannya tidak signifikan secara statistik.

Ketika ditanya apa yang mereka pahami tentang manfaat dari beras organik, hampir 80% responden menyatakan bahwa mereka memandang makanan organik sebagai makanan yang lebih sehat, terlepas dari kelompok perlakuan mereka. Sebanyak 58% responden melaporkan bahwa mereka telah membeli beras organik setidaknya satu kali sebelumnya. Responden yang pernah membeli beras organik, mempunyai WTP yang lebih tinggi daripada responden yang tidak pernah membeli beras organik dengan perbedaan sebesar Rp 1.693 (13%). Selisih ini signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 1%. Hal ini mungkin karena efek seleksi murni, yaitu konsumen yang sebelumnya pernah membeli beras organik, bertindak demikian karena mereka memiliki preferensi yang lebih tinggi untuk beras organik. Mungkin pula karena adanya efek pengalaman, yaitu konsumen yang sebelumnya pernah membeli beras organik memiliki informasi lebih baik tentang manfaat konsumsi beras organik bagi kesehatan.

Gambar 1. WTP dalam Rupiah Berdasarkan Kelompok Perlakuan



Gambar 2 menunjukkan 'kurva permintaan', yaitu jumlah responden yang bersedia membeli beras organik pada berbagai tingkat harga. Seperti yang diperkirakan, semakin tinggi harga maka semakin sedikit jumlah responden yang bersedia membeli, dan sebaliknya. Harga pasar beras organik bersertifikat yang dibeli langsung dari petani adalah Rp 15.000/ kg. Harga Rp 15.000 akan menghasilkan tingkat penyerapan 44% di kalangan responden penelitian ini. Harga pasar beras organik bersertifikat yang dibeli dari pasar swalayan setidaknya adalah Rp 25.000/ kg, yang ditawarkan hanya oleh satu orang peserta dalam penelitian ini. Ini berarti tingkat penyerapan pasar di bawah 1%. Tingkat penyerapan 80% akan memerlukan penurunan harga beras sampai di bawah Rp 11.000. Karena WTP tidak hanya bergantung pada sejauh mana orang menghargai produk, tetapi juga sejauh mana mereka mampu membayar produk, tidak mengejutkan juga ketika diketahui bahwa WTP meningkat seiring dengan meningkatnya pendapatan rumah tangga responden. Responden diminta untuk mengelompokkan diri ke dalam tiga kategori, yaitu pendapatan rumah tangga di bawah Rp 2.000.000, pendapatan rumah tangga antara Rp 2.000.000 sampai Rp 5.000.000, atau pendapatan rumah tangga di atas Rp 5.000.000. Tingkat pendapatan rumah tangga yang lebih tinggi meningkatkan WTP responden sebesar rata-rata 8% hingga 16%.



Pendekatan Becker-DeGroot-Marschak

Berbeda dengan pertanyaan survei sederhana di mana WTP yang disebutkan tetap tidak memiliki konsekuensi bagi responden, pendekatan BDM memberi insentif kepada responden untuk menyatakan WTP mereka yang sebenarnya karena konsumen harus membeli produk jika tawaran mereka sama dengan atau lebih tinggi dari harga yang ditarik dalam undian. Dengan demikian, semakin tinggi responden menawarkan harga, semakin tinggi penghargaan mereka terhadap beras organik bersertifikat (dan semakin tinggi kemampuan mereka membayar). Lebih jauh dari itu, perkiraan WTP lebih fleksibel dibandingkan dengan pertanyaan survei karena tidak ada kategori tetap yang digunakan. Pada akhirnya, pendekatan ini menghasilkan data yang lebih tepat yang memungkinkan untuk menggambar kurva permintaan yang lebih rinci.



IndORGANIC

Proyek Penelitian IndORGANIC
Prof. Martina Padmanabhan
Ketua Kajian Perbandingan Pembangunan dan Budaya (Fokus: Asia Tenggara)

Dr.-Hans-Kapfinger-Straße 14b
94032 Passau, Germany

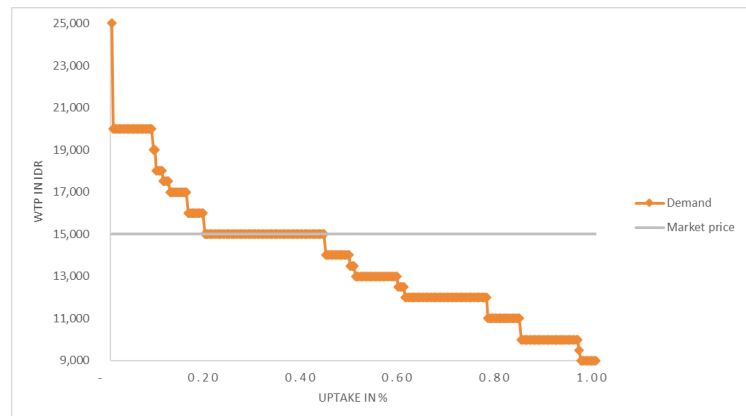
Penulis:
Franziska Steinhübel
Prof. Michael Grimm
Nathalie Luck
Kontak: nathalie.luck@uni-passau.de
Alih Bahasa: Aprilia Budi Hendrijani
Editor: Nurcahyaningtyas Subandi

Passau, September 2018



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Gambar 2. Kurva Permintaan



Catatan Kunci dan Rekomendasi Kebijakan

- Rata-rata konsumen bersedia membayar premi sebesar 20% untuk beras organik bersertifikat dibandingkan dengan harga yang biasa mereka bayar untuk beras konvensional.
- Namun demikian, perkiraan WTP cukup rendah dibandingkan harga pasar beras organik yang sebenarnya. Tidak sampai separuh dari responden bersedia membeli beras organik dengan harga pasar yang sebenarnya, yaitu Rp 15.000.
- Tingkat penetrasi pasar ini menurun lebih jauh untuk harga pasar beras organik yang lebih tinggi, misalkan di pasar swalayan.

Berdasarkan temuan ini, beberapa intervensi kebijakan untuk meningkatkan permintaan beras organik dapat diuji. Yang paling jelas mungkin adalah subsidi harga, namun hal ini mungkin tidak berkelanjutan dan dapat membahayakan produsen beras konvensional. Meskipun perbedaan pemberian informasi pada kelompok perlakuan tidak efektif dalam eksperimen ini, namun sangat mungkin bahwa kesadaran konsumen tentang manfaat konsumsi produk organik menjadi pertimbangan mereka untuk menetapkan WTP yang lebih tinggi. Ada kemungkinan video yang diperlihatkan ini kurang informatif, sehingga video yang lebih panjang dan dikonsepsi dengan lebih baik dapat saja memberikan dampak yang lebih besar. Banyak juga responden yang tidak mengikuti video secara seksama. Namun demikian, tampak jelas kurangnya kesadaran konsumen mengenai manfaat produk organik bagi kelestarian lingkungan. Oleh karena itu, kampanye mengenai manfaat produk organik bagi kesehatan dan kelestarian lingkungan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai arti penting produk pertanian organik.