

**ANALISIS PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP SAYURAN ORGANIK
DI KOTA MATARAM*****ANALYSIS OF CONSUMER DEMAND FOR ORGANIC VEGETABLES
IN MATARAM CITY*****Mega Silastri Septiana^{1*}, Amiruddin², Rosmilawati³**^{1, 2, 3}Program Studi Agribisnis Universitas Mataram, Kota Mataram, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: megasilastr05@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Untuk menganalisis jumlah permintaan sayuran organik di Kota Mataram, (2) Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayuran organik di Kota Mataram. jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif yang diperoleh dalam bentuk bukan angka dan angka. Metode pengumpulan data yaitu melalui metode kuisoner (survei) dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif yang digunakan untuk menganalisis permintaan konsumen, dan analisis data statistik yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayuran organik dilakukan dengan analisis fungsi cob-douglas. Hasil analisis menunjukkan bahwa : (1) rata-rata permintaan sayuran brokoli organik di Kota Mataram yaitu sebesar 1,300 kg/bulan, (2) rata-rata permintaan sayuran timun organik di Kota Mataram yaitu sebesar 2,333 kg/bulan, (3) rata-rata permintaan sayuran terong organik di Kota Mataram yaitu sebesar 1,019 kg/bulan, (4) faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayuran brokoli organik di Kota Mataram adalah harga sayuran brokoli organik itu sendiri dan harga sayuran brokoli konvensional, (5) faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayuran timun organik di Kota Mataram adalah harga timun organik itu sendiri, harga timun konvensional, dan selera konsumen, (6) faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayuran terong organik di Kota Mataram adalah harga sayuran terong organik itu sendiri dan harga sayuran terong konvensional.

Kata kunci: analisis regresi, permintaan konsumen, sayuran organik,

ABSTRACT

This study aims to: (1) Analyze the demand for organic vegetables in the city of Mataram, (2) To analyze the factors that influence the demand for organic vegetables in the city of Mataram. the type of data used in this study is qualitative data and quantitative data obtained in the form of not numbers and figures. Data collection methods are through the questionnaire (survey) method using primary data and secondary data. Analysis of the data used in this research is descriptive data analysis used to analyze consumer demand, and statistical data analysis used to analyze the factors that influence the demand for organic vegetables is done by analyzing the cob-douglas function. The results of the analysis show that: (1) the average demand for organic broccoli in Mataram City is 1,300 kg / month, (2) the average demand for organic cucumber vegetables in Mataram City is 2,333 kg / month, (3) the average the average demand for organic eggplant in Mataram City is 1,019 kg / month, (4) the factors that influence the demand for organic broccoli in Mataram are the price of the organic broccoli itself and the price of conventional broccoli, (5) factors that affect the demand for organic cucumber vegetables in Mataram City is the price of organic cucumber itself, the price of conventional cucumber, and consumer tastes, (6) the factors that influence the demand for organic eggplant in Mataram City are the price of organic eggplant itself and the price of conventional eggplant .

Keywords: konsumen demand, organic vegetables, regression analysis.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris dan sebagian besar penduduknya bermata pencaharian di bidang pertanian. Sebagai negara agraris, hingga kini mayoritas penduduk Indonesia telah memanfaatkan sumber daya alam untuk menunjang kebutuhan hidupnya dan salah satunya ialah dengan menggantungkan hidup pada sektor pertanian. Pertanian menjadi salah satu sektor ril yang memiliki peran sangat nyata dalam membantu penghasilan devisa negara. Data tahun 2017 jumlah petani mencapai 44% dari total angkatan kerja di Indonesia, atau sekitar 46,7 juta jiwa. Adanya hal tersebut, sektor pertanian memiliki peranan yang sangat penting, karena sebagai penghasil pangan dan penyerapan tenaga kerja bagi penduduk yang jumlah tiap tahunnya selalu terus bertambah (BPS, 2016).

Saat ini pertanian organik sudah banyak dibudidayakan hal ini dapat dilihat dari perkembangan luas areal pertanian organik Indonesia. Pada tabel 1.1 disajikan pertumbuhan luas areal pertanian organik di Indonesia (Priastuti *et al*, 2014). Semakin luasnya areal pertanian organik di Indonesia dari tahun 2007 sampai 2011 yang mengalami peningkatan luas lebih dari 180.000 ha dengan persentase peningkatan sebesar 49,9%, menunjukkan semakin banyaknya permintaan konsumen akan produk pertanian organik. Meningkatnya permintaan konsumen terhadap pertanian organik ditunjang dengan semakin tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan melalui pengkonsumsian makanan-makanan sehat yang diharapkan memberikan efek lebih baik untuk tubuhnya (Silitonga & Salman, 2014). Bahkan akhir-akhir ini ada kecenderungan di masyarakat beralih ke bahan makanan nabati yang disebut vegetarian (Liu, 2017). Peluang ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang bergerak di bidang agribisnis pertanian organik untuk memenuhi permintaan pasar serta mengembangkan usahanya (Priastuti *et al*, 2014).

Tabel 1. Perkembangan Luas Areal Pertanian Organik Indonesia

Tahun	Luas Areal (Ha)
2007	40.970
2008	208.535
2009	214.985
2010	238.872
2011	225.063

Sumber: Kementerian Pertanian (2012).

Tahun 2010 untuk konsumsi sayuran-sayuran di Indonesia sebesar 35,15 Nilai rata-rata konsumsi per kapita tanaman hortikultura di Indonesia untuk komoditas sayur-sayuran selama empat tahun terakhir (2010 – 2013) terus mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat pada kg/tahun/kapita yang terus menurun sampai tahun 2013 sebesar 31,14 kg/tahun/kapita. Sedangkan pada tahun 2017 rata-rata konsumsi sayuran masyarakat NTB mencapai 68 kg/tahun/kapita atau diatas rata-rata nasional 48,8 kg/tahun/kapita, bahkan paling tinggi di Indonesia (Direktur Jenderal Holtikultura, 2010;BPS NTB, 2018).

Kota Mataram merupakan salah satu kabupaten/kota dan sekaligus Ibu kota Provinsi NTB yang merupakan pusat pemerintahan dan perdagangan. Perkembangan Kota Mataram yang begitu pesat secara otomatis berdampak pada jumlah penduduk di Kota Mataram yang terus mengalami peningkatan. Tahun 2014 jumlah penduduk di Kota Mataram sebanyak 441.064 jiwa dan pada tahun 2018 sebanyak 477.476 jiwa. Dengan meningkatnya jumlah penduduk di Kota Mataram ini maka semakin meningkat pula permintaan konsumsi sayuran (Septiadi & Nursan, 2020).

Permintaan sayuran organik di Kota Mataram diduga terus meningkat setiap tahunnya sejalan dengan pertumbuhan penduduk di Kota Mataram. Selain itu, permintaan sayuran

organik juga meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan gizi dan meningkatnya daya beli masyarakat (Septiadi & Mundiayah, 2020).

Peningkatan konsumsi sayuran organik sebagai permintaan inilah yang mendasari sehingga peneliti merasa tertarik untuk meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi dan besar permintaan sayuran organik di Kota Mataram. Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dilakukan penelitian yang berjudul “Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Kota Mataram”.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis jumlah permintaan sayuran organik di Kota Mataram.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayuran organik di Kota Mataram.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai :

1. Tambah informasi, wawasan, dan pengetahuan serta sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian berikutnya.
2. Informasi dan bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam pengambilan kebijakan pangan terutama yang berkaitan dengan pengembangan sayuran organik di Kota Mataram.
3. Informasi dan bahan pertimbangan bagi petani dalam memutuskan pengelolaan usahatani.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki (Nazir, 2011).

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumsi sayuran organik rumah tangga pada pasar modern di Kota Mataram.

Teknik Penentuan Sampel

Penentuan Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Kota Mataram pada tiga lokasi yang termasuk pasar modern di Kota Mataram yaitu Lotte Grosir (Sandubaya), MGM Supermarket (Cakranegara) dan Transmart (Cakranegara). Penentuan sampel penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling* (penentuan sampel atas beberapa pertimbangan tertentu) dengan pertimbangan bahwa pasar modern tersebut menyediakan berbagai macam sayuran organik.

Penentuan Responden

Penentuan jumlah responden dalam penelitian ini menggunakan *quota sampling* (penentuan sampel secara jatah) dengan jumlah responden yang dipilih sebanyak 30 orang Septiana, M.S., Amiruddin., dan Rosmilawati

responden, dengan perincian : Lotte Grosir (Sandubaya) sebanyak 10 responden, MGM Supermarket (Cakranegara) sebanyak 10 responden, dan Transmart (Cakranegara) sebanyak 10 responden. Penentuan responden ini menggunakan metode *accidental sampling* adalah teknik penarikan sampel secara kebetulan yaitu konsumen yang diwawancarai merupakan konsumen yang berbelanja di lokasi penelitian dan bersedia diwawancarai. Responden yang dipilih adalah konsumen yang sedang membeli dan telah membeli sayuran di lokasi penelitian. Untuk lebih jelasnya penentuan responden dapat dilihat pada gambar 3.1.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif, yaitu :

1. Data Kualitatif

Data kualitatif merupakan data yang bukan dalam bentuk angka, data ini didapatkan melalui pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen seperti tingkat pendidikan, jenis kelamin, jenis pekerjaan, selera dan lain sebagainya.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang berupa angka, seperti penghasilan perbulan, harga beli sayuran, jumlah penduduk, dan jumlah anggota rumah tangga.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu :

1. Data Primer

Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Data ini diperoleh dari konsumen yang membeli sayuran dengan cara wawancara langsung dengan berpedoman pada daftar pertanyaan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dinas, perusahaan atau instansi-instansi yang ada hubungannya dengan penelitian ini, seperti Badan Pusat Statistik NTB.

Variabel dan Cara Pengukuran

Variabel dan cara pengukuran dalam penelitian ini meliputi :

- a. Karakteristik konsumen (responden) meliputi nama responden, usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, jumlah anggota rumah tangga, pendapatan dan pekerjaan.
- b. Jumlah sayuran organik yang diminta, yaitu banyaknya sayuran organik yang dibeli oleh konsumen yang dinyatakan dalam satuan kilogram (kg).
- c. Pendapatan : yaitu penghasilan yang diperoleh rumah tangga responden setiap bulan, dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp) per bulan.
 - a) Pendapatan tinggi : yaitu jika pendapatan rata-rata di atas Rp 6.500.000,00.
 - b) Pendapatan sedang : yaitu jika pendapatan rata-rata di atas Rp 4.500.000,00 s/d 6.500.000,00 per bulan.
 - c) Pendapatan rendah : yaitu jika pendapatan rata-rata Rp 2.500.000,00 s/d 4.500.000,00 per bulan.
- d. Jumlah anggota rumah tangga : yaitu jumlah orang yang ditanggung oleh responden dan tinggal dalam satu rumah. Satuan ukurannya adalah orang
- e. Selera konsumen : merupakan rasa suka atau tidak suka mengonsumsi sayuran organik oleh konsumen, yang dinyatakan dalam skor yaitu rasa kurang suka: 1, suka: 2, dan sangat suka: 3.

- f. Frekuensi pembelian sayuran pada pasar modern, dinyatakan dalam jumlah kunjungan konsumen untuk membeli 3 jenis sayuran organik yaitu brokoli, timun, dan terong ke pasar modern per bulan, dinyatakan dalam berapa kali kunjungan.
- g. Volume pembelian sayuran, dilihat dari berapa banyak konsumen membeli sayuran di pasar modern per satu bulan.

Cara Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang dibutuhkan akan diperoleh dengan menggunakan teknik kuisioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan langsung atau tertulis kepada responden untuk dijawab.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik, yaitu:

Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis permintaan konsumen. Data yang diperoleh dianalisis secara statistik, untuk mengetahui besarnya permintaan sayuran organik digunakan tabulasi.

Analisis Data Statistik

Analisis data statistik adalah analisis data untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayuran organik dilakukan dengan analisis fungsi Cobb-Douglass.

$$Y = \alpha X_1^{\beta_1} X_2^{\beta_2} X_3^{\beta_3} X_4^{\beta_4} X_5^{\beta_5}$$

Kemudian ditransfer ke dalam bentuk logaritma natural untuk memudahkan dalam analisis regresi linear, sehingga model tersebut mempunyai persamaan yaitu:

$$\ln Y = \ln \alpha + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + \beta_4 \ln X_4 + \beta_5 \ln X_5$$

Keterangan:

- Y = Jumlah permintaan sayuran organik
- α = Bilangan konstan (Intersep)
- $\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien variabel regresi
- X_1 = Harga sayuran organik (Rp/kg).
- X_2 = Harga sayuran konvensional (Rp/kg).
- X_3 = Pendapatan rumah tangga (Rp/bulan).
- X_4 = Jumlah anggota rumah tangga (orang).
- X_5 = Selera (kurang suka:1, suka: 2, dan sangat suka :3)
- E = error

Model fungsi permintaan yang dihasilkan harus memenuhi uji asumsi klasik dan uji statistik. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa model tersebut telah memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), sehingga relevan digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayuran organik di Kota Mataram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan faktor yang penting dari penelitian ini, untuk mengetahui keadaan responden. Pada penelitian ini konsumen yang digunakan sebagai responden yaitu konsumen yang melakukan pembelian sayuran organik di Kota Mataram. Karakteristik dari responden yang akan diuraikan meliputi: umur responden, tingkat pendidikan, jumlah anggota rumah tangga, pendapatan rumah tangga, dan jenis pekerjaan responden.

Septiana, M.S., Amiruddin., dan Rosmilawati

Umur Responden

Umur merupakan salah satu faktor yang berpengaruh penting karena perbedaan usia konsumen menentukan produktivitas dalam mengkonsumsi sayuran organik. Dalam analisis demografi, struktur umur penduduk dibedakan menjadi 3 kelompok, yaitu: (1) kelompok umur muda, dibawah 15 tahun, (2) kelompok umur produktif atau usia kerja berada pada umur 15-64 tahun, dan (3) kelompok umur tua yaitu 65 tahun keatas. Berdasarkan hasil penelitian, umur responden yang mengonsumsi sayuran organik di Kota Mataram dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Kisaran Umur Konsumen Sayuran Organik di Kota Mataram Tahun 2020

No	Kisaran Umur (Tahun)	Konsumen Sayuran Organik	
		Orang	Persentase (%)
1	22-32	18	60,0
2	33-42	6	20,0
3	43-53	4	13,0
4	54-64	2	7,0
	Jumlah	30	100,0
	Rata-rata	33,633	

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa konsumen sayuran organik terbanyak berada pada kisaran umur 22-32 tahun sebanyak 18 orang (60,0%) dan jumlah responden terkecil berada pada kisaran umur 54-64 tahun sebanyak 2 orang (7,0%). Menurut Badan Pusat Statistik (2019), jika dilihat dari rata-rata umur konsumen adalah 33,633 tahun, kisaran umur responden adalah 22-23 tahun dan dapat dikatakan bahwa konsumen yang mengonsumsi sayuran organik di Kota Mataram berada pada golongan umur produktif, artinya secara fisik dan mental pada usia tersebut mempunyai kemampuan untuk menghasilkan suatu barang dan jasa.

Tingkatan Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan merupakan pendidikan terakhir yang telah ditempuh oleh responden di Kota Mataram. Tingkat pendidikan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan produktivitas yang dimiliki sehingga cenderung berfikir dan bertindak secara rasional dalam melakukan kegiatannya. Dalam penelitian ini semua responden sudah menempuh pendidikan pada masing-masing tingkatan. Perincian tingkat pendidikan terakhir responden dapat dilihat pada table 3.5.

Tabel 3. Kisaran Tingkat Pendidikan Konsumen Sayuran Organik di Kota Mataram

	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Tamat Sekolah Dasar	1	3,3
2	Tamat Sekolah Menengah Pertama	3	10,0
3	Tamat Sekolah Menengah Atas	11	36,7
4	Perguruan Tinggi	15	50,0
	Jumlah	30	100,0

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Dari table 3 di atas menunjukkan bahwa tingkat pendidikan konsumen yang mengonsumsi sayuran organik terbanyak pada tingkat pendidikan Perguruan Tinggi sebanyak 15 orang (50%) dan tingkat pendidikan terendah pada tingkat pendidikan Sekolah Dasar sebanyak 1 orang (3,3%).

Tingkat pendidikan responden berpengaruh terhadap keputusan membeli sayuran organik yang akan dikonsumsi. Hasil penelitian membuktikan semakin tinggi tingkat pendidikan mempengaruhi peningkatan permintaan sayuran organik. Hal ini disebabkan karena sayuran organik yang dikonsumsi memiliki kandungan gizi yang bagus sebagai penambah selera makan bagi konsumen.

Jumlah Anggota Rumah Tangga Responden

Menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) jumlah anggota rumah tangga adalah jumlah semua anggota keluarga yang memiliki hubungan sedarah terdiri atas kepala keluarga, istri, anak serta orang lain yang ikut dalam keluarga tersebut yang belum berkeluarga, yang tinggal satu atap dan pengolahan kebutuhan sehari-hari menjadi satu atau makan dari satu dapur. Adapun anak yang sudah menikah dan tinggal bersama, maka yang bersangkutan menjadi keluarga tersendiri (keluarga lain atau keluarga baru). Sehingga dalam satu rumah tangga biasa terdiri dari lebih satu keluarga. Jumlah anggota rumah tangga dapat mempengaruhi besar kecilnya pengeluaran rumah tangga. Semakin besar suatu keluarga maka akan semakin besar kebutuhan hidup keluarga tersebut. Jumlah anggota rumah tangga responden dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Kisaran Jumlah Anggota Rumah Tangga Konsumen Sayuran Organik di Kota Mataram Tahun 2020

	Kisaran Jumlah Anggota Rumah Tangga	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1-2	3	10,0
2	3-4	21	70,0
3	≥5	6	20,0
	Jumlah	30	100,0
	Rata-rata	3,57	

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Dari tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah anggota rumah tangga konsumen yang mengonsumsi sayuran organik terbanyak pada kisaran 3-4 orang sebanyak 21 orang (70,0%), jumlah anggota rumah tangga terkecil pada kisaran 1-2 orang sebanyak 3 orang (10,0%) dan rata-rata kisaran jumlah anggota rumah tangga adalah 3,57 orang. Ilyas (1980) menyatakan besar kecilnya rumah tangga keluarga ditentukan oleh jumlah anggota keluarga yang ditanggung. Tergolong keluarga kecil bila tanggungan keluarga antara 0-2 orang, keluarga menengah tanggungan keluarga antara 3-4 orang, dan keluarga besar bila tanggungan keluarga sama dengan 5 atau di atas 5. Berdasarkan tabel 4.6 maka responden konsumen sayuran organik termasuk dalam keluarga besar.

Pendapatan Rumah Tangga Responden

Pendapatan merupakan salah satu indikator untuk mengetahui tingkat kesejahteraan ekonomi rumah tangga masyarakat. Pendapatan yang tinggi mencerminkan keadaan ekonomi masyarakat yang lebih baik atau sebaliknya. Kisaran jumlah pendapatan responden dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Kisaran Jumlah Pendapatan per Bulan Konsumen Sayuran Organik di Kota Mataram Tahun 2020

No	Kisaran Pendapatan (Rp/bln)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	2.500.000 -4.500.000	10	33,3
2	>4.500.000 - 6.500.000	5	16,7
3	>6.500.000	15	50,0

No	KisaranPendapatan (Rp/bln)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Total	189.650.000	30	100,0
Rata rata	6.321.667		

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Tabel 5 menunjukkan bahwa pendapatan konsumen yang mengonsumsi sayuran organik di Kota Mataram terbanyak pada kisaran pendapatan > Rp6.500.000 perbulan sebanyak 15 orang (50,0%), sedangkan pendapatan terkecil konsumen yang mengonsumsi sayuran organik berada pada kisaran > Rp4.500.000-6.500.000 perbulan sebanyak 5 orang (17,0%). Rata-rata jumlah pendapatan responden sayuran organik di Kota Mataram sebesar Rp6.321.667. Besar kecilnya pendapatan konsumen secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh pada pola konsumsi masing-masing keluarga. Namun dari hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan rumah tangga menyebabkan kemampuan beli masyarakat terhadap sayuran organik meningkat.

Jenis Pekerjaan Responden

Jenis pekerjaan merupakan sumber mata pencaharian, dimana dengan bekerja seseorang dapat memperoleh pendapatan atau penghasilan berupa uang yang dibutuhkan untuk menjamin kelangsungan hidup seseorang. Jenis pekerjaan dari konsumen yang mengonsumsi sayuran organik dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Jenis Pekerjaan Konsumen Sayuran Organik di Kota Mataram Tahun 2020

	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Ibu Rumah Tangga	3	10,0
2	PNS	9	30,0
3	Dagang	2	6,7
4	Swasta	16	53,3
	Jumlah	30	100,0

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa pekerjaan konsumen yang mengonsumsi sayuran organik di Kota Mataram terbanyak adalah pegawai swasta yaitu sebanyak 16 orang (53,3%). Sedangkan konsumen terkecil adalah yang bekerja sebagai pedagang yaitu sebanyak 2 orang (6,7%). Kondisi ini disebabkan karena karyawan swasta juga merupakan ibu rumah tangga yang walaupun bekerja, tetap harus melakukan tugasnya mengurus rumah tangga termasuk urusan dapur dan karyawan swasta bekerja pada perusahaan-perusahaan swasta cenderung memiliki gaji yang jumlah nominalnya lebih besar dan mereka memilih makanan yang dianggap sesuai antara menu dengan harga yang ditawarkan dan manfaat yang diperoleh.

Permintaan Sayuran Organik di Kota Mataram

Permintaan sayuran organik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah permintaan konsumen dalam satu bulan. Dalam penelitian ini data permintaan sayuran organik dihitung dengan menjumlahkan seluruh permintaan sayuran organik yang dikonsumsi oleh konsumen di Kota Mataram selama satu bulan. Berikut rincian permintaan sayuran organik di Kota Mataram dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Jumlah dan Rata-rata Permintaan Sayuran Organik oleh Responden Per Bulan di Kota Mataram Tahun 2020

No.	Jenis Sayuran	Permintaan Responden dalam Sebulan (Kg)	
		Total	Rata-rata
1	Brokoli	39,0	1,3
2	Timun	70,0	2,3
3	Terong	26,5	1,0

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa permintaan sayuran brokoli organik di Kota Mataram sebanyak 39 kg/bulan dengan rata-rata permintaan 1,300 kg/bulan, permintaan sayuran timun organik di Kota Mataram sebanyak 70 kg/bulan dengan rata-rata 2,333 kg/bulan, dan permintaan sayuran terong organik sebesar 26,5 kg/bulan dengan rata-rata permintaan sebesar 1,019 kg/bulan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Sayuran Organik di Mataram

Untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan sayuran organik oleh rumah tangga di Kota Mataram, maka variabel-variabel bebas harga sayuran organik (X1), harga sayuran konvensional (X2), pendapatan konsumen (X3), jumlah anggota rumah tangga (X4), dan selera konsumen (X5), serta variabel terikat (permintaan sayuran organik di Kota Mataram) diuji dengan analisis regresi linier berganda dengan fungsi Cobb-Douglas. Hasil pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Hasil Analisis Cobb- Douglas Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Sayuran Brokoli Organik Kota Mataram Tahun 2020

Variabel	Koefisien Regresi	Standar Error	t-hitung	Signifikan
Konstanta (α)	-10,865	0,426	-25,503	0,000
Harga Brokoli Organik (X1)	0,449	0,085	5,313	0,000
Harga Brokoli Konvensional (X2)	0,535	0,082	6,496	0,000
Pendapatan Konsumen (X3)	0,021	0,034	0,619	0,542
Jmlh Anggota Rumah Tangga (X4)	-0,090	0,049	-1,838	0,078
Selera Konsumen(X5)	0.101	0,067	1,510	0,144

R-Square = 99,3%

F-hitung = 656,120

F-tabel = 2,62

t-tabel = 2,063

Sumber: Data primer diolah, 2020

Persamaan Regresi Linier Berganda yang diperoleh:

$$\ln Y = -10.865 + 0.449 X_1 + 0.535 \ln X_2 + 0.021 \ln X_3 - 0.090 \ln X_4 + 0.101 \ln X_5$$

Uji Statistik

1. Persamaan Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,993 artinya 99,3% variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) secara simultan berpengaruh terhadap variabel jumlah permintaan sayuran brokoli organik (Y) dan sisanya sebesar 0,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

2. Pengujian Koefisien Secara Serentak (Uji-F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (Harga sayuran brokoli organik, harga sayuran brokoli konvensional, pendapatan konsumen, jumlah

anggota rumah tangga, dan selera konsumen) secara bersama-sama memiliki pengaruh nyata terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji F dengan SPSS, diperoleh nilai F-hitung yang diperoleh sebesar $656,120 > F\text{-tabel } 2,62$ dengan $\alpha 5\% (0.05)$. Dalam pengambilan keputusan diketahui bahwa apabila F-hitung $> F\text{-tabel}$ berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen (Harga sayuran brokoli organik, harga sayuran brokoli konvensional, pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga, dan selera konsumen) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Permintaan sayuran brokoli organik).

3. Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-t)

- a. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk harga sayuran brokoli organik (X_1) sebesar 0,449. Nilai tersebut mengandung makna, jika variabel lain dianggap tetap maka setiap kenaikan harga sayuran brokoli organik sebesar 1% akan menyebabkan kenaikan permintaan terhadap sayuran brokoli organik sebesar 0,449%. Lebih lanjut dianalisis secara statistik diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa harga sayuran brokoli organik berpengaruh nyata pada taraf nyata 5% terhadap permintaan sayuran brokoli organik. Menurut Junipranto dan Salman (2014) yang menyatakan bahwa meskipun harga sayuran organik yang dijual mahal, namun konsumen tetap melakukan permintaan terhadap sayuran organik tersebut, ini disebabkan karena konsumen sudah menyadari akan pentingnya mengkonsumsi sayuran yang aman dan bergizi untuk dikonsumsi. Kesadaran konsumen mulai berkembang terkait keamanan pangan dan kebutuhan akan makanan yang sehat, hal ini akan membuat produsen dan petani untuk menyediakan komoditas pertanian yang aman dengan pertanian berbasis organik serta bebas dari penggunaan bahan-bahan kimia yang berbahaya (Suparyana, 2021).
- b. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk harga sayuran brokoli konvensional (X_2) sebesar 0,535. Nilai tersebut mengandung makna, jika variabel lain dianggap tetap maka setiap kenaikan harga sayuran brokoli konvensional sebesar 1% akan menyebabkan kenaikan jumlah permintaan terhadap sayuran brokoli organik sebesar 0,535%. Lebih lanjut dianalisis secara statistik harga sayuran brokoli konvensional (X_2) berpengaruh nyata terhadap permintaan sayuran brokoli konvensional, dilihat dari taraf nyata 5% dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha 0,05$. Kondisi ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi harga barang substitusi maka konsumen akan tetap mengkonsumsi barang tersebut. Artinya berapapun harga yang ditawarkan pasar untuk sayuran brokoli konvensional, konsumen tetap memilih sayuran brokoli organik. Hal ini disebabkan karena nilai gizi yang terkandung dalam sayuran organik relatif lebih bagus dibandingkan sayuran konvensional.
- c. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk pendapatan konsumen (X_3) sebesar 0,021. Nilai tersebut mengandung makna, jika variabel lain dianggap tetap maka setiap kenaikan pendapatan sebesar 1% akan menyebabkan kenaikan jumlah permintaan terhadap sayuran brokoli organik sebesar 0,021%. Lebih lanjut dianalisis secara statistik variabel pendapatan (X_3) tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan sayuran brokoli organik. Dilihat dari taraf nyata 5% dengan nilai signifikan sebesar $0,542 > \alpha 0,05$. Artinya pendapatan konsumen tidak berpengaruh nyata pada taraf nyata 5%. Kondisi ini sesuai dengan teori (Pracoyo, 2006) yang menyatakan hubungan antara pendapatan dengan jumlah barang yang diminta adalah positif. Bila pendapatan konsumen meningkat maka akan meningkatkan permintaan terhadap suatu barang. Konsumen rumah tangga akan membeli produk yang sesuai dengan pendapatan yang diperoleh. Jika pendapatan semakin meningkat maka konsumen akan membeli barang yang lebih mahal dibandingkan sayuran brokoli organik.

- d. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk jumlah anggota rumah tangga (X4) sebesar -0,090. Nilai tersebut mengandung makna, jika variabel lain dianggap tetap maka setiap penambahan anggota keluarga sebesar 1% akan menyebabkan penurunan jumlah permintaan terhadap sayuran brokoli organik sebesar 0,090%. Lebih lanjut dianalisis secara statistik, variabel jumlah anggota rumah tangga (X4) berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan sayuran brokoli organik. Dilihat dari taraf nyata terhadap 5% dengan nilai signifikan sebesar $0,078 < \alpha 0,05$. Kondisi ini sesuai dengan teori yang menyatakan semakin banyak jumlah anggota keluarga maka semakin banyak barang yang dikonsumsi. Artinya semakin banyak jumlah anggota keluarga maka konsumsi sayuran brokoli organik dikurangi untuk dapat memenuhi kebutuhan lain.
- e. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk selera konsumen (X5) sebesar 0,101. Nilai tersebut mengandung makna, bahwa konsumen yang memiliki selera tinggijauh lebih besar 0,101 kali dibandingkan dengan konsumen yang memiliki tingkat selera rendah terhadap permintaan sayuran brokoli organik. Lebih lanjut dianalisis secara statistik selera konsumen (X5) tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan sayuran brokoli organik. Dilihat dari taraf nyata 5% dengan nilai signifikan $0,144 > \alpha 0,05$.

Tabel 9. Hasil Analisis Cobb- Douglass Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Sayuran Timun Organik Kota Mataram Tahun 2020

Variabel	Koefisien Regresi	Standar Error	t-hitung	Signifikan
Konstanta (α)	-8,497	0,874	-9,724	0,000
Harga Timun Organik (X1)	0,642	0,096	6,689	0,000
Harga Timun Konvensional (X2)	0,262	0,104	2,250	0,019
Pendapatan Konsumen (X3)	0,016	0,055	0,286	0,777
Jumlah Anggota Rumah Tangga (X4)	0,078	0,101	0,775	0,446
Selera Konsumen (X5)	-0,298	0,136	-2,198	0,038

R-Square = 94,5%
 F-hitung = 82,053
 F-tabel = 2,62
 t-tabel = 2,063

Sumber: Data primer diolah, 2020

Persamaan Regresi Linier Berganda yang diperoleh:

$$\ln Y = -8.497 + 0.642 X_1 + 0.262 \ln X_2 + 0.016 \ln X_3 + 0.078 \ln X_4 - 0.298 \ln X_5$$

Uji Statistik

1. Persamaan Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,945 artinya 94,5% jumlah permintaan sayuran timun organik (Y) dipengaruhi oleh semua variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) dan sisanya sebesar 5,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

2. Pengujian Koefisien Secara Serentak (Uji-F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (Harga sayuran timun organik, harga sayuran timun konvensional, pendapatan konsumen, jumlah anggota rumah tangga, dan selera konsumen) secara bersama-sama memiliki pengaruh nyata terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji F dengan SPSS, diperoleh nilai F-hitung

yang diperoleh sebesar $82,053 > F\text{-tabel } 2,62$ dengan $\alpha 5\%$ (0.05). Dalam pengambilan keputusan diketahui bahwa apabila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen (Harga sayuran timun organik, harga sayuran timun konvensional, pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga, dan selera konsumen) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Permintaan sayuran timun organik).

3. Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-t)

- a. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk harga sayuran timun organik (X_1) sebesar 0,642. Nilai tersebut mengandung makna, jika variabel lain dianggap tetap maka setiap kenaikan harga sayuran timun organik sebesar 1% akan menyebabkan kenaikan permintaan terhadap sayuran timun organik sebesar 0,642%. Lebih lanjut dianalisis secara statistik diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa harga sayuran timun organik berpengaruh nyata pada taraf nyata 5% terhadap permintaan sayuran timun organik. Menurut Junipranto dan Salman (2014) yang menyatakan bahwa meskipun harga sayuran organik yang dijual mahal, namun konsumen tetap melakukan permintaan terhadap sayuran organik tersebut, ini disebabkan karena konsumen sudah menyadari akan pentingnya mengkonsumsi sayuran yang aman dan bergizi untuk dikonsumsi.
- b. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk harga sayuran timun konvensional (X_2) sebesar 0,262. Nilai tersebut mengandung makna, jika variabel lain dianggap tetap maka setiap kenaikan harga sayuran timun konvensional sebesar 1% akan menyebabkan kenaikan jumlah permintaan terhadap sayuran timun organik sebesar 0,262%. Lebih lanjut dianalisis secara statistik harga sayuran timun konvensional (X_2) berpengaruh nyata terhadap permintaan sayuran timun konvensional, dilihat dari taraf nyata 5% dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha 0,05$. Kondisi ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi harga barang substitusi maka konsumen akan tetap mengkonsumsi barang tersebut. Artinya berapapun harga yang ditawarkan pasar untuk sayuran timun konvensional, konsumen tetap memilih sayuran timun organik. Hal ini disebabkan karena nilai gizi yang terkandung dalam sayuran organik relatif lebih bagus dibandingkan sayuran konvensional.
- c. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk pendapatan konsumen (X_3) sebesar 0,016. Nilai tersebut mengandung makna, jika variabel lain dianggap tetap maka setiap kenaikan pendapatan sebesar 1% akan menyebabkan kenaikan jumlah permintaan terhadap sayuran timun organik sebesar 0,016%. Lebih lanjut dianalisis secara statistik variabel pendapatan (X_3) tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan sayuran timun organik. Dilihat dari taraf nyata 5% dengan nilai signifikan sebesar $0,777 > \alpha 0,05$. Artinya pendapatan konsumen tidak berpengaruh nyata pada taraf nyata 5%. Konsumen rumah tangga akan membeli produk yang sesuai dengan pendapatan yang diperoleh. Jika pendapatan semakin meningkat maka konsumen akan membeli barang yang lebih mahal dibandingkan sayuran timun organik.
- d. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk jumlah anggota rumah tangga (X_4) sebesar 0,078. Nilai tersebut mengandung makna, jika variabel lain dianggap tetap maka setiap penambahan anggota keluarga sebesar 1% akan menyebabkan penurunan jumlah permintaan terhadap sayuran timun organik sebesar 0,078%. Lebih lanjut dianalisis secara statistik, variabel jumlah anggota rumah tangga (X_4) berpengaruh tidak nyata terhadap jumlah permintaan sayuran timun organik. Dilihat dari taraf nyata terhadap 5% dengan nilai signifikan sebesar $0,446 > \alpha 0,05$. Kondisi ini sesuai dengan teori yang menyatakan semakin banyak jumlah anggota keluarga maka semakin banyak barang yang dikonsumsi. Artinya semakin banyak

jumlah anggota keluarga maka konsumsi sayuran timun organik dikurangi untuk dapat memenuhi kebutuhan lain.

- e. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk selera konsumen (X5) sebesar -0,298. Nilai tersebut mengandung makna, bahwa konsumen yang memiliki selera rendah jauh lebih besar 0,298 kali dibandingkan dengan konsumen yang memiliki tingkat selera tinggi terhadap permintaan sayuran timun organik. Lebih lanjut dianalisis secara statistik selera konsumen (X5) berpengaruh nyata terhadap permintaan sayuran timun organik. Dilihat dari taraf nyata 5% dengan nilai signifikan $0,038 > \alpha 0,05$. Artinya semakin tinggi selera konsumen maka konsumsi sayuran timun organik diperbanyak sesuai dengan manfaat yang diperoleh dari mengkonsumsi sayuran organik itu sendiri.

Tabel 10. Hasil Analisis Cobb- Douglass Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Sayuran Terong Organik Kota Mataram Tahun 2020

Variabel	Koefisien Regresi	Standar Error	t-hitung	Signifikan
Konstanta (α)	-4,364	2,062	-2,117	0,045
Harga Terong Organik (X1)	0,487	0,117	4,145	0,000
Harga Terong Konvensional (X2)	-0,524	0,128	-4,102	0,000
Pendapatan Konsumen (X3)	0,261	0,138	1,894	0,070
Jumlah Anggota Rumah Tangga (X4)	0,062	0,262	0,237	0,814
Selera Konsumen(X5)	0,106	0,309	0,343	0,735

R-Square = 55,2%

F-hitung = 5,909

F-tabel = 2,62

t-tabel = 2,063

Sumber: Data primer diolah, 2020

Persamaan Regresi Linier Berganda yang diperoleh:

$$\ln Y = -4,364 + 0,487 X_1 - 0,524 \ln X_2 + 0,261 \ln X_3 + 0,062 \ln X_4 + 0,106 \ln X_5$$

Uji Statistik

1. Persamaan Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,552 artinya 55,2% jumlah permintaan sayuran terong organik (Y) dipengaruhi oleh semua variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) dan sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

2. Pengujian Koefisien Secara Serentak (Uji-F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (Harga sayuran terong organik, harga sayuran terong konvensional, pendapatan konsumen, jumlah anggota rumah tangga, dan selera konsumen) secara bersama-sama memiliki pengaruh nyata terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji F dengan SPSS, diperoleh nilai F-hitung yang diperoleh sebesar $5,909 > F\text{-tabel } 2,62$ dengan $\alpha 5\%$ (0.05). Dalam pengambilan keputusan diketahui bahwa apabila F-hitung $> F\text{-tabel}$ berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen (Harga sayuran terong organik, harga sayuran terong konvensional, pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga, dan selera konsumen) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Permintaan sayuran terong organik).

3. Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-t)

- a. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk harga sayuran terong organik (X1) sebesar 0,487. Nilai tersebut mengandung makna,

jika variabel lain dianggap tetap maka setiap kenaikan harga sayuran terong organik sebesar 1% akan menyebabkan kenaikan permintaan terhadap sayuran timun organik sebesar 0,487%. Lebih lanjut dianalisis secara statistik diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa harga sayuran timun organik berpengaruh nyata pada taraf nyata 5% terhadap permintaan sayuran terong organik Menurut Junipranto dan Salman (2014) yang menyatakan bahwa meskipun harga sayuran organik yang dijual mahal, namun konsumen tetap melakukan permintaan terhadap sayuran organik tersebut, ini disebabkan karena konsumen sudah menyadari akan pentingnya mengkonsumsi sayuran yang aman dan bergizi untuk dikonsumsi.

- b. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk harga sayuran terong konvensional (X_2) sebesar -0,524. Nilai tersebut mengandung makna, jika variabel lain dianggap tetap maka setiap kenaikan harga sayuran timun konvensional sebesar 1% akan menyebabkan penurunan jumlah permintaan terhadap sayuran timun organik sebesar 0,524%. Lebih lanjut dianalisis secara statistik harga sayuran timun konvensional (X_2) berpengaruh nyata terhadap permintaan sayuran timun konvensional, dilihat dari taraf nyata 5% dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha < 0,05$. Kondisi ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi harga barang substitusi maka konsumen akan tetap mengkonsumsi barang tersebut. Artinya berapapun harga yang ditawarkan pasar untuk sayuran timun konvensional, konsumen tetap memilih sayuran terong organik. Hal ini disebabkan karena nilai gizi yang terkandung dalam sayuran organik relatif lebih bagus dibandingkan sayuran konvensional.
- c. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk pendapatan konsumen (X_3) sebesar 0,261. Nilai tersebut mengandung makna, jika variabel lain dianggap tetap maka setiap kenaikan pendapatan sebesar 1% akan menyebabkan kenaikan jumlah permintaan terhadap sayuran timun organik sebesar 0,261%. Lebih lanjut dianalisis secara statistik variabel pendapatan (X_3) tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan sayuran timun organik. Dilihat dari taraf nyata 5% dengan nilai signifikan sebesar $0,070 > \alpha > 0,05$. Artinya pendapatan konsumen tidak berpengaruh nyata pada taraf nyata 5%. Konsumen rumah tangga akan membeli produk yang sesuai dengan pendapatan yang diperoleh. Jika pendapatan semakin meningkat maka konsumen akan membeli barang yang lebih mahal dibandingkan sayuran timun organik.
- d. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk jumlah anggota rumah tangga (X_4) sebesar 0,062. Nilai tersebut mengandung makna, jika variabel lain dianggap tetap maka setiap penambahan anggota keluarga sebesar 1% akan menyebabkan penurunan jumlah permintaan terhadap sayuran timun organik sebesar 0,062%. Lebih lanjut dianalisis secara statistik, variabel jumlah anggota rumah tangga (X_4) berpengaruh tidak nyata terhadap jumlah permintaan sayuran timun organik. Dilihat dari taraf nyata terhadap 5% dengan nilai signifikan sebesar $0,237 > \alpha > 0,05$. Kondisi ini sesuai dengan teori yang menyatakan semakin banyak jumlah anggota keluarga maka semakin banyak barang yang dikonsumsi. Artinya semakin banyak jumlah anggota keluarga maka konsumsi sayuran timun organik dikurangi untuk dapat memenuhi kebutuhan lain.
- e. Berdasarkan hasil analisis fungsi regresi diatas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk selera konsumen (X_5) sebesar 0,106. Nilai tersebut mengandung makna, bahwa konsumen yang memiliki selera rendah jauh lebih besar 0,106 kali dibandingkan dengan konsumen yang memiliki tingkat selera tinggi terhadap permintaan sayuran timun organik. Lebih lanjut dianalisis secara statistik selera konsumen (X_5) tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan sayuran timun organik. Dilihat dari taraf nyata 5% dengan nilai signifikan $0,343 > \alpha > 0,05$.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait permintaan sayuran organik di Kota Mataram, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-rata permintaan sayuran brokoli organik yaitu sebesar 1,300 kg/bulan.
2. Rata-rata permintaan sayuran timun organik yaitu sebesar 2,333 kg/bulan.
3. Rata-rata permintaan sayuran terong organik yaitu sebesar 1,019 kg/bulan.
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayuran brokoli organik adalah harga sayuran brokoli organik itu sendiri dan harga brokoli konvensional.
5. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayuran timun organik adalah harga sayuran timun organik itu sendiri dan harga timun konvensional dan selera konsumen.
6. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayuran terong organik adalah harga sayuran terong organik itu sendiri dan harga terong konvensional.

Saran

1. Penyedia sayuran organik supaya menambah label yang berkaitan dengan keunggulan pada kemasan, seperti misalnya bebas pestisida dan manfaat dari masing-masing sayuran bagi kesehatan.
2. Diharapkan kepada penyedia sayuran organik untuk menjaga kestabilan harga dan ketersediaan produk agar mampu memenuhi permintaan pasar.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas objek penelitian, memperbanyak variabel penelitian serta jumlah responden yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS RI. (2016). *Tingkat Pengangguran Terbuka*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- BPS Kota Mataram. (2018). *Kota Mataram Dalam Angka*. Kota Mataram.
- Ditjen Hortikultura. (2010). *Pedoman Umum Pengembangan Hortikultura Tahun 2011*. Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian.
- Kementerian Pertanian. (2012). *Luas Lahan Pertanian Organik*. Kementan: Jakarta.
- Liu, W. S. (2017). Perilaku Konsumen Vegetarian di Samarinda dan Strategi Pengembangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 49-58.
- Priastuti, Andhita Windy dan Slamet HW. (2014). *Pengantar Analisa Ekonomi Pertanian*. Mutiara, Jakarta.
- Rahardja P. Manarung M. (2006). *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar. Edisi Ketiga*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Junipranto S and Salman. (2014). *Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Pekanbaru*, 79-86. (*Jurnal Dinamika Pertanian* Volume XXIX).[3 November 2019].
- Septiadi, D., & Mundiya, A. I. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Tani Sayuran Berbasis Pertanian Organik. *Agrifo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 5(1), 35-43.
- Septiadi, D., & Nursan, M. (2020). Optimasi Produksi Usaha Tani Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Petani Sayuran Di Kota Mataram. *Agrifo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 5(2), 87-96.
- Silitonga, J., & Salman, S. (2014). Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Pekanbaru. *Dinamika Pertanian*, 29(1), 79-86.
- Sumarwan U. (2003). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Septiana, M.S., Amiruddin., dan Rosmilawati

- Suminta A. (2003). *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Suparyana, P. K., & Sari, N. M. W. (2021). Analisa Keuntungan Budidaya Stroberi Berbasis Organik Di Desa Sembalun Lawang. *dwijenAGRO*, 11(1), 51-56.
- Tambunan T. (2011). *Industrialisasi di Negara Sedang Berkembang Kasus Indonesia*. Ghalia Indonesia. Jakarta.