

## **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

### **2.1 Pertanian**

Pertanian adalah kegiatan manusia dalam pemanfaatan sumber daya hayati untuk menghasilkan makanan, bahan industri, atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidupnya. Meskipun sebagian besar penduduk bekerja di sektor pertanian, kontribusi pertanian terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) global hanya mencapai 4 persen (Syawal, 2021). Sejarah Indonesia dari masa kolonial sampai sekarang tidak dapat dipisahkan dari sektor pertanian dan perkebunan, karena sektor ini memiliki arti yang sangat penting dalam menentukan pembentukan berbagai realitas ekonomi dan sosial masyarakat di berbagai wilayah Indonesia (Arwati, 2018).

Pertanian merupakan kegiatan produksi yang mengandalkan tumbuhan dan hewan. Dalam pengertian sempitnya, ini mencakup usaha keluarga yang fokus pada produksi makanan utama seperti beras, palawija, sayuran, dan buah-buahan. Sedangkan secara luas, pertanian melibatkan segala kegiatan yang memanfaatkan makhluk hidup, termasuk pertanian rakyat, kehutanan, peternakan, dan perikanan merupakan suatu hal yang sangat penting (Soetriono, 2016). Pertanian (*agriculture*) tidak hanya merupakan kegiatan ekonomi untuk menghasilkan pendapatan saja. Lebih dari itu, petani adalah sebuah cara hidup (*way of life atau livelihood*) bagi sebagian besar petani.

Ken Suratiyah (2015) mengungkapkan bahwa pertanian adalah aktivitas manusia dalam membuka lahan dan menanam beragam jenis tanaman, termasuk tanaman semusim dan tanaman tahunan, baik tanaman pangan maupun non-pangan. Selain itu, lahan pertanian juga digunakan untuk memelihara ternak dan ikan. Kegiatan pertanian dilakukan oleh manusia pada suatu lahan tertentu, dalam hubungan tertentu antara manusia dengan lahannya yang disertai berbagai pertimbangan tertentu. Sebagai negara agraris, Indonesia mengandalkan sektor pertanian yang terdiri dari beberapa sub sektor, seperti tanaman bahan makanan, hortikultura, perikanan, peternakan, dan kehutanan. Sebagai sektor dominan, pertanian membutuhkan banyak tenaga kerja, dan pembangunan sektor ini bertujuan

meningkatkan produksi untuk memenuhi kebutuhan pangan dan industri dalam negeri. Selain itu, hal ini juga diarahkan untuk meningkatkan ekspor, pendapatan petani, menciptakan peluang kerja, mendorong pemerataan, serta menjadi dasar pertumbuhan di masyarakat, khususnya di daerah pedesaan.

## **2.2 Sayuran Hidroponik**

Sayuran adalah bagian dari tumbuhan yang dapat dijadikan makanan baik dalam bentuk segar maupun setelah diproses. Sayuran merupakan bagian penting dalam pola makan berbasis tanaman yang mengandung beragam nutrisi penting yang dibutuhkan oleh manusia. Beberapa contoh bagian tanaman yang sering diolah menjadi sayuran meliputi daun (sebagian besar sayuran adalah daun), batang (seperti wortel yang merupakan umbi batang), bunga (misalnya, jantung pisang), dan buah muda (contohnya, labu). Dengan demikian, hampir semua bagian tanaman dapat dijadikan sebagai bahan makanan sayuran (Sediaoetama, 2012).

Dilihat dari warna, sayuran dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori, yakni sayuran berwarna hijau tua dan sayuran berwarna hijau muda. Sayuran berwarna hijau tua meliputi contoh seperti bayam, kangkung, daun kelor, daun singkong, dan daun pepaya. Sementara itu, sayuran berwarna hijau muda mencakup jenis seperti selada dan seledri, sedangkan ada juga sayuran yang hampir tidak memiliki warna yang mencolok, seperti kol dan sawi putih.

Hidroponik adalah metode bercocok tanam di mana tanaman tumbuh tanpa tanah, melainkan dengan menggunakan larutan nutrisi untuk menyediakan unsur-unsur yang diperlukan bagi pertumbuhan dan perkembangan tanaman. Asal usul kata "hidroponik" berasal dari bahasa Yunani, yaitu "*hydro*" yang berarti air dan "*ponos*" yang berarti tenaga kerja. Dengan demikian, hidroponik merujuk pada cara bercocok tanam yang memanfaatkan air sebagai media utama untuk memberikan nutrisi tanaman. Media yang digunakan sebagai pengganti tanah adalah larutan nutrisi dan udara secara eksklusif. Misalnya model *Nutrient Film Technuque* (NFT) dan model rakit apung (Aini dan Azizah, 2018). Sedangkan menurut Rakhman dkk (2015) Hidroponik adalah suatu metode bertani di mana tanaman memanfaatkan air sebagai media nutrisi yang langsung diserap untuk mendukung pertumbuhan mereka.

Hidroponik dapat diaplikasikan baik di lingkungan perkotaan maupun pedesaan, karena ini efisien dalam penggunaan air, memerlukan sedikit ruang, dan memungkinkan panen yang dapat dilakukan setiap tahun (Surtinah, 2016).

Hidroponik mempunyai keunggulan diantaranya: (1) Penggunaan air yang efisien karena air dalam sistem hidroponik bersirkulasi, (2) Pengendalian nutrisi yang lebih mudah, memungkinkan pemberian nutrisi yang efisien, (3) Tidak menyebabkan polusi nutrisi ke lingkungan, (4) Kebersihan dan sterilitas, (5) Kandungan gizi tanaman hidroponik yang lebih tinggi, (6) Mengurangi pencemaran tanah oleh zat kimia. Di sisi lain, terdapat beberapa kelemahan sayuran hidroponik, yakni: (1) Biaya yang lebih tinggi karena peralatan hidroponik sulit didapatkan dan mahal, (2) Memerlukan tingkat ketelitian dan keahlian khusus, (3) Risiko kerusakan tanaman jika terdapat kesalahan dalam sistemnya (Wibowo dan Asriyanti, 2013).

Sistem hidroponik memiliki sejumlah keunggulan, termasuk: (1) Menjamin pertumbuhan dan produksi tanaman yang lebih baik, (2) Perawatan yang lebih praktis dan kontrol yang lebih baik terhadap hama, (3) Penggunaan pupuk yang lebih efisien, (4) Kemampuan untuk mengganti tanaman yang mati dengan tanaman baru lebih mudah, (5) Mengurangi kebutuhan tenaga kerja karena metode kerja lebih efisien dan terstandarisasi, (6) Pertumbuhan tanaman yang lebih cepat dan tanaman tetap dalam keadaan bersih dan sehat, (7) Hasil produksi yang lebih konsisten dan lebih tinggi dibandingkan dengan pertanian konvensional di tanah, (8) Harga jual yang lebih tinggi untuk produk hidroponik, (9) Kemampuan untuk menghasilkan beberapa jenis tanaman di luar musim, (10) Tidak ada risiko banjir, erosi, kekeringan, atau ketergantungan pada kondisi alam, (11) Kemungkinan bercocok tanam hidroponik di lahan terbatas seperti atap, dapur, atau garasi (Roidah, 2014).

Ada beberapa model sistem tanam hidroponik yang tersedia, namun dua yang paling umum digunakan adalah *Nutrient Film Technique* (NFT) dan rakit apung. Teknik NFT merupakan metode yang paling populer dalam konteks hidroponik dan sering digunakan dalam skala bisnis. Sistem ini memiliki kelemahan, yaitu air nutrisi harus mengalir terus menerus, sehingga jika terjadi masalah seperti kerusakan pompa, pemadaman listrik, atau masalah lain yang menghentikan sirkulasi air nutrisi, maka

bisa berdampak fatal terhadap pertumbuhan tanaman atau kualitasnya. (Satiti et al, 2017). Sementara itu, rakit apung adalah metode yang melibatkan pengaliran air dan nutrisi terus-menerus ke daerah akar tanaman, sehingga tanaman dapat secara konsisten menyerap nutrisi setiap harinya. Dalam konteks teknologi hidroponik yang memiliki berbagai keunggulan dan dengan meningkatnya permintaan masyarakat akan produk sayuran hidroponik, maka terdapat peluang besar untuk usaha sayuran hidroponik.

### **2.3 Kesiediaan Membayar Hidroponik (*Willingness to pay*)**

Kesiediaan Membayar (*Willingness To Pay*) mencerminkan kemampuan ekonomi masyarakat atau rumah tangga untuk membayar suatu barang atau jasa. Batas maksimal yang siap dicapai oleh mereka menunjukkan seberapa tinggi nilai yang diberikan oleh seorang pembeli terhadap barang atau jasa. Kesiediaan untuk membayar merupakan konsep yang digunakan untuk menilai sejauh mana konsumen bersedia membayar untuk suatu barang, baik itu produk atau jasa. Konsep ini seringkali diterapkan untuk menentukan nilai dari berbagai jenis barang, termasuk barang publik maupun barang sumber daya bersama dan eksternalitas adanya suatu barang.

Kesiediaan membayar (*Willingness To Pay*) merujuk pada sejauh mana individu bersedia membayar lebih untuk sayuran hidroponik. Syakya (2014) menggambarkan WTP sebagai sebuah pendekatan yang bertujuan untuk menentukan sejauh mana seseorang sanggup membayar untuk membeli sayuran hidroponik. Tingkat kesiediaan membayar dapat bervariasi antara individu-individu, dan perbedaan ini dipengaruhi oleh preferensi masing-masing individu. Faktor-faktor seperti tingkat pendidikan, pendapatan, jenis kelamin, dan faktor-faktor lainnya dapat menyebabkan variasi dalam tingkat kesiediaan membayar tersebut.

Kamal (2014) menjelaskan bahwa Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) adalah istilah ekonomi yang merujuk pada pengukuran sejauh mana seseorang bersedia mengorbankan barang dan jasa tertentu untuk mendapatkan barang dan jasa lain. Konsep ini terkait dengan keinginan individu untuk membayar harga tertentu demi barang dan jasa yang berasal dari sumber daya alam dan lingkungan.

## 2.4 Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen adalah tindakan yang diperhatikan saat konsumen mencari, membeli, menggunakan, dan menyebarkan produk, jasa, atau ide. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui konsumsi produk dan jasa yang ditawarkan, sehingga mempengaruhi keputusan mereka dalam pengambilan keputusan berasuransi pada suatu perusahaan yang diharapkan dapat memberikan manfaat yang diinginkan (Handoko, 2011).

Konsumen memiliki karakteristik yang beragam, karakteristik tersebut dapat berupa karakteristik demografi (Jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan), karakteristik geografi (Penyebaran penduduk dan lokasi pemukiman), dan karakteristik psikografi (Hobi, kesenangan, kebiasaan, selera). Karakteristik konsumen yang diamati dalam penelitian ini meliputi:

### 1. Pendapatan

Pendapatan adalah semua penerimaan, baik berupa uang tunai maupun non-tunai yang berasal dari penjualan barang atau jasa selama periode tertentu (Sholihin, 2013). Penghasilan seseorang dapat dikaitkan dengan pekerjaan yang mereka lakukan sesuai dengan jenis profesi, seperti pengusaha, buruh, pegawai, tukang, dan lainnya. Setelah bekerja seseorang mendapatkan pendapatan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan juga dapat digunakan untuk tabungan atau investasi.

### 2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan menunjukkan waktu pendidikan yang telah ditempuh oleh konsumen, pada penelitian ini tingkat pendidikan yang dimaksud adalah suatu hal yang sudah didapatkan dari hasil belajar di pendidikan formal yang terdiri dari pendidikan di Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), dan Perguruan Tinggi. Semakin tinggi pendidikan seseorang, maka pengetahuan seseorang juga akan semakin tinggi. Dengan pendidikan yang tinggi juga seseorang akan mendapatkan pekerjaan yang layak dan sesuai dengan kemampuannya.

### 3. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga merupakan jumlah keluarga inti yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak. Akan tetapi tidak sedikit ada anggota keluarga lain yang tinggal dalam satu rumah seperti kakek, nenek, dan saudara yang seluruh biaya hidupnya menjadi tanggung jawab responden yang diukur dengan satuan jumlah orang. Semakin banyak jumlah anggota keluarga, maka semakin tinggi jumlah pengeluarannya. Jumlah anggota keluarga menentukan jumlah kebutuhan pangan, semakin banyak anggota keluarga berarti relatif semakin banyak juga jumlah kebutuhan pangan yang harus dipenuhi sehingga cenderung lebih mendorong untuk bekerja guna memenuhi kebutuhan ekonomi keluarganya.

### 4. Usia

Menurut *World Health Organization* (WHO), usia adalah jarak waktu sejak seseorang lahir. WHO mengidentifikasi beberapa dimensi pengukuran usia, yaitu: (a) Usia kronologis (berdasarkan tahun kelahiran), (b) Usia biologis (Kondisi fisik dan biologis), (c) Usia psikologis (Perkembangan mental dan kognitif), (d) Usia sosial (Peran dalam masyarakat), dan (e) Usia emosional (Aspek emosional sepanjang hidup). Dengan demikian, usia dapat diartikan sebagai parameter yang mencerminkan lamanya keberadaan individu sejak kelahirannya.

### 5. Jarak

Jarak adalah suatu ukuran numerik yang menunjukkan seberapa jauh posisi suatu objek dengan objek lainnya, dalam hal ini yaitu lokasi konsumen tinggal ke lokasi pasar modern atau lokasi yang dituju untuk membeli sayuran hidroponik. Jarak secara fisik terdapat empat hal yang berbeda, diantaranya:

- a. Jarak yang ditempuh yaitu suatu lintasan yang spesifik antara dua titik.
- b. Jarak garis lurus (*Euklides*) yaitu panjang lintasan terpendek antara dua titik, yang dapat ditempuh jika tidak halangan antara kedua titik.
- c. Jarak geodesik yaitu panjang lintasan terpendek antara dua titik, yang dapat ditempuh tanpa meninggalkan suatu permukaan.
- d. Panjang suatu lintasan tertentu sebuah objek yang bergerak kembali ke titik awal.

Konsumen merujuk kepada individu yang memanfaatkan produk atau layanan yang disediakan dalam masyarakat guna memenuhi keperluan pribadi, keluarga, orang lain, atau bahkan makhluk hidup lain. Konsumen adalah mereka yang memanfaatkan barang dan jasa yang ditawarkan dalam pasar (Dewi, 2013). Sedangkan menurut Sri Handayani (2012) konsumen (sebagai alih bahasa dari *consumer*), secara harfiah berarti “seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa” atau “seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” juga “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”, ada pula yang memberikan arti lain yaitu konsumen adalah “setiap orang yang menggunakan barang atau jasa dalam berbagai perundang-undangan negara”.

Konsumen dapat dikelompokkan dalam dua kategori, yakni konsumen personal dan konsumen organisasional. Konsumen personal merujuk kepada individu yang membeli produk dan layanan untuk kegunaan pribadi, untuk digunakan di dalam lingkungan rumah tangga, oleh anggota keluarga, atau teman-teman. Di sisi lain, konsumen organisasional mencakup perusahaan, pemerintah, maupun lembaga profit maupun non profit, yang melakukan pembelian produk, layanan, dan peralatan lainnya yang diperlukan untuk mendukung operasional organisasi tersebut. Hal ini bertujuan untuk memastikan kelancaran berfungsinya organisasi tersebut (Anita, M.M. dkk, 2023).

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memuat beberapa hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai acuan penulis. Mempelajari penelitian terdahulu dapat membantu penulis dalam mengembangkan penelitian lebih lanjut.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Judul/Penulis/Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Analisis Kesiediaan Membayar ( <i>Willingness To Pay</i> ) Sayuran Hidroponik oleh Konsumen di Pasar Modern Kota Medan/Sinurat, Monita Yola Debora/ 2022.	Hasil penelitian menunjukan bahwa segmentasi pasar konsumen berbeda ditinjau dari sisi geografis, sisi demografis, sisi psikografis,	Meneliti sayuran hidroponik di Pasar Modern, menghitung kesediaan membayar (WTP) dan Meneliti faktor-faktor yang	Meneliti menggunakan alat analisis regresi logistik, sedangkan peneliti menggunakan regresi linier

No	Judul/Penulis/Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		maupun sisi perilaku. Besar rata-rata nilai WTP ( <i>Willingness to Pay</i> ) konsumen sayuran hidroponik bervariasi untuk masing-masing komoditi. Untuk komoditi pakcoy rata-rata nilai WTP konsumen sebesar Rp5.003/ons, untuk komoditi selada rata-rata nilai WTP konsumen sebesar Rp5.267/ons, untuk komoditi sawi rata-rata nilai WTP konsumen sebesar Rp4.238/ons. Pendapatan, usia, serta harga produk berpengaruh nyata terhadap peluang kesediaan membayar oleh konsumen atas sayuran hidroponik.	memengaruhi kesediaan membayar, menentukan daerah secara purposive, menggunakan metode analisis deskriptif, menggunakan <i>Contingen Valuation Method</i> (CVM).	berganda.
2.	Analisis kesediaan membayar ( <i>Willingness to pay</i> ) sayuran organik dan faktor-faktor yang memengaruhinya/Lutfhan Hadi Priambodo dan Mukhamad Najib/2015.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian menunjukkan nilai rata-rata WTP untuk jenis sayuran organik kol sebesar Rp. 18.738,-, selada sebesar Rp. 30.048,-, brokoli sebesar Rp. 40.250,-, pakcoy sebesar Rp. 24.368,-, dan wortel sebesar Rp. 19.820, sikap dan hambatan berpengaruh signifikan pada WTP sedangkan Sosio Economic Status (SES) tidak	Menggunakan alat analisis <i>Contingen Valuation Method</i> (CVM), menghitung kesediaan membayar (WTP) dan Meneliti faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar.	Meneliti sayuran organik, sedangkan peneliti menyeliti sayur hidroponik.



No	Judul/Penulis/Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		memiliki pengaruh signifikan.		
3.	Analisis kesediaan membayar ( <i>Willingness to pay</i> ) konsumen terhadap sayuran organik di pasar modern purwokerto dan faktor yang memengaruhi/Fatha Fajria, Dyah Ethika dan Djeimy Kusnaman/2020.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata maksimum WTP sayur organik untuk jenis selada lebih tinggi 9,15%, sawi lebih tinggi 8,70%, kangkung lebih tinggi 8,35%, bayam lebih tinggi 10,50%, dan brokoli lebih tinggi 10,05% dari harga pada saat penelitian.	Menggunakan alat analisis <i>Contingent Valuation Method</i> (CVM), dengan menggunakan metode penelitian survei dan lokasi penelitiannya sama di pasar modern, meneliti faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar.	Meneliti sayuran organik, sedangkan peneliti meneliti sayuran hidroponik.  Pengambilan sampel menggunakan <i>Purposive Sampling</i> sebanyak 100 orang, sedangkan peneliti menggunakan <i>accidental sampling</i> sebanyak 30 orang.
4.	Kesediaan membayar ( <i>Willingness to pay</i> ) konsumen milenial dalam mengkonsumsi sayuran organik/Bagus Imran Saptadji Handoko dan Iwan Setiawan/2021.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling tinggi pengaruhnya terhadap kesediaan membayar konsumen generasi milenial yaitu faktor psikologis, secara signifikan berpengaruh terhadap kesediaan membayar bagi konsumen dalam mengkonsumsi sayuran organik.	Menggunakan alat analisis <i>Contingent Valuation Method</i> (CVM), analisis statistik deskriptif.	Meneliti ke konsumen milenial, sedangkan peneliti ke masyarakat.  Meneliti sayuran organik, sedangkan peneliti meneliti ke sayuran hidroponik.
5.	Kesediaan membayar ( <i>Willingness to pay</i> ) beras organik dan Kabupaten Banyumas dan faktor yang mempengaruhinya/Niken Hapsari Arimurti, Kusmantoro Edy Sularso dan Anny Hartati/2020.	Hasil penelitian menyatakan bahwa karakteristik konsumen beras organik yang bersedia membayar lebih beras organik di Kabupaten Banyumas didominasi oleh konsumen berusia	Menggunakan alat analisis deskriptif, <i>Contingent Valuation Method</i> (CVM), dan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhinya.	Meneliti menggunakan alat analisis regresi logistik, sedangkan peneliti menggunakan regresi linier berganda.  Meneliti beras

No	Judul/Penulis/Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		36 tahun hingga 65 tahun, dengan latar belakang pendidikan sarjana, bekerja sebagai pekerjaan pegawai negeri sipil, dengan tingkat pendapatan Rp3.000.001 hingga Rp6.000.000 dan memiliki jumlah anggota keluarga satu sampai dengan empat orang. Harga maksimal yang bersedia dibayarkan oleh konsumen beras organik di Kabupaten Banyumas adalah Rp18.346 per kilogram.		organik, sedangkan peneliti meneliti sayuran hidroponik.
6.	Analisis Kesiediaan Membayar ( <i>Willingness to pay</i> ) Konsumen Terhadap Berbagai Jenis Beras Organik Di Kota Semarang (Kasus Di Pasar Modern Gelael Signature)/Elisabet Trixie Riana, Mukson, Wilujeng Roessali/2019.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 88% responden bersedia membayar lebih dengan peningkatan antara 5% sampai dengan 25% dari harga beras organik saat ini. Faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi kesiediaan membayar konsumen adalah jumlah pendapatan per bulan, harga dan merek beras organik.	Menggunakan alat analisis <i>Contingen Valuation Method</i> (CVM), menghitung kesiediaan membayar (WTP) dan Meneliti faktor-faktor yang memengaruhi kesiediaan membayar, penentuan lokasi secara <i>purposive</i> dan menggunakan metode <i>accidental sampling</i> .	Meneliti menggunakan alat analisis regresi logistik, sedangkan peneliti menggunakan regresi linier berganda. Meneliti beras organik, sedangkan peneliti meneliti sayuran hidroponik.

## 2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu alur pemikiran yang digunakan oleh seorang peneliti, dalam kerangka pemikiran ini terdapat gambaran mengenai penelitian yang akan dilaksanakan. Dalam kerangka dapat diketahui bahwa variabel independen

adalah pendapatan, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, lama mengkonsumsi, umur, dan jarak lokasi ke Plaza Asia. Variabel independen tersebut akan mempengaruhi variabel dependen yaitu kesediaan membayar konsumen sayuran hidroponik di Plaza Asia Kota Tasikmalaya.

Hidroponik adalah metode pertanian yang melibatkan penanaman tanaman dalam larutan nutrisi dengan media buatan, dan selain itu, hidroponik dapat digunakan untuk mengurangi dampak dari perubahan iklim. Dengan hidroponik, permasalahan lahan yang terbatas, kualitas tanah yang buruk, serangan hama dan penyakit yang sulit dikendalikan, serta kendala dalam pengairan dapat diatasi dengan efektif (Asriyanti, 2013). Disisi lain masyarakat saat ini memiliki *trend* untuk memproduksi maupun mengkonsumsi produk yang ramah lingkungan, kondisi ini dipengaruhi oleh adanya isu terhadap lingkungan secara global untuk meminimalisir kerusakan alam dan kondisi ini membuat masyarakat sadar akan hidup sehat serta berkeinginan untuk mengurangi makanan siap saji (*junk food*).

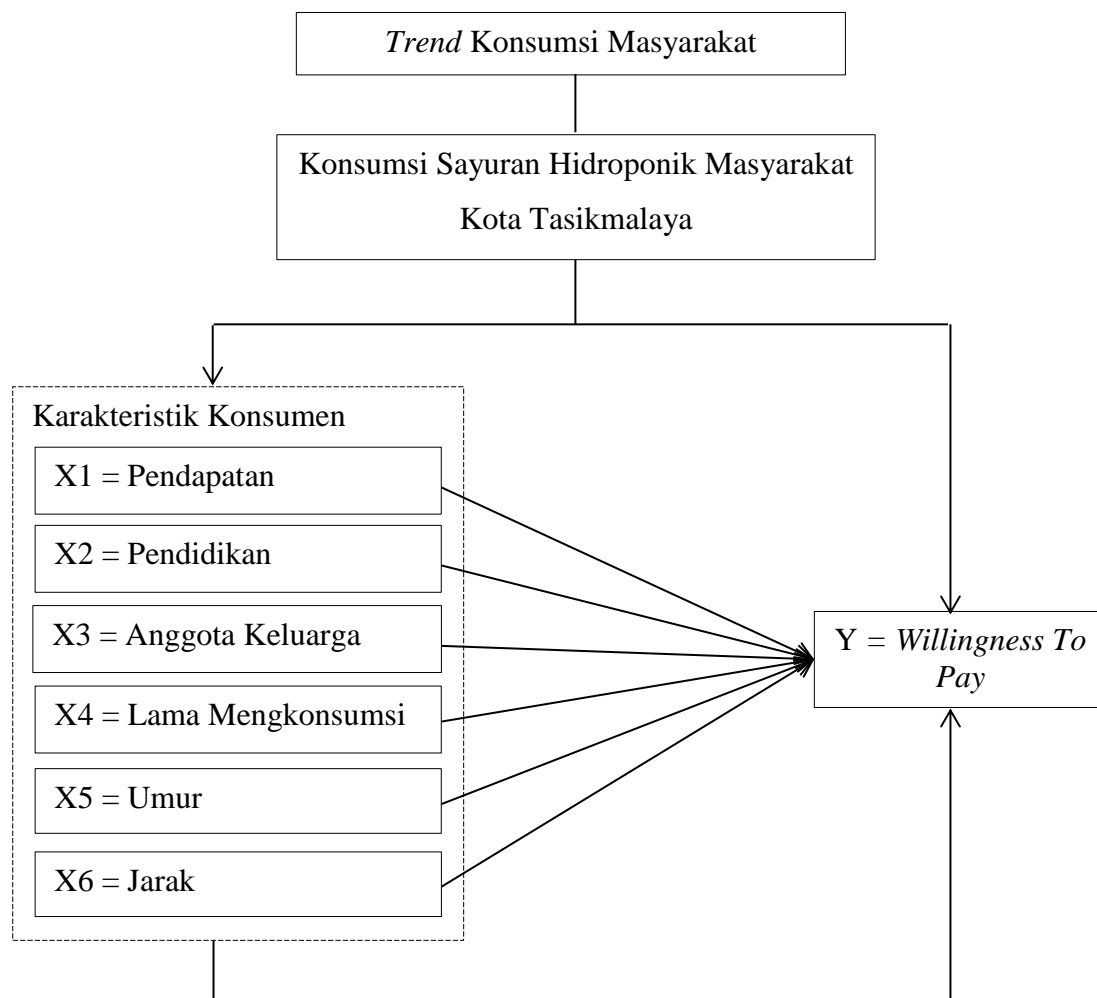
Meningkatnya kepedulian konsumen tentang mengurangi makanan siap saji (*junk food*), menciptakan peluang bagi pebisnis sayuran untuk memproduksi sayuran yang bebas dari bahan kimia dan zat yang berbahaya. Salah satu sayuran yang bebas dari bahan kimia yang dapat menjadi pilihan konsumen adalah sayuran hidroponik. Sayuran hidroponik adalah sayuran yang tumbuh dengan bantuan cairan yang mengandung mineral yang diperlukan oleh sayuran untuk tumbuh.

*Willingness To Pay* (WTP) adalah sejauh mana konsumen bersedia mengeluarkan uang untuk membeli sayuran hidroponik dengan harga tertentu. Nilai WTP ini dihasilkan melalui metode *Contingent Valuation Method* (CVM) yang dilakukan pada konsumen yang membeli dan mengonsumsi sayuran hidroponik.

Sayuran hidroponik memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan sayuran konvensional, karena sayuran hidroponik ketersediaannya masih terbatas dan belum tersedia di semua toko atau supermarket. Permintaan konsumen dalam mengonsumsi sayuran hidroponik berbeda-beda, faktor yang mempengaruhinya adalah karakteristik konsumen yang meliputi pendapatan, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, lama mengkonsumsi, umur, jarak, dan alasan mengkonsumsi yang

diukur menggunakan regresi linier berganda dan untuk pengukuran karakteristik konsumen menggunakan statistik deskriptif.

Seiring dengan berjalannya waktu *trend* masyarakat dalam hal mengkonsumsi saat ini terus mengalami peningkatan, salah satunya yaitu dalam mengkonsumsi sayuran hidroponik masyarakat di Plaza Asia Kota Tasikmalaya. Dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi sayuran hidroponik masyarakat terdapat beberapa karakteristik konsumen diantaranya yaitu pendapatan, pendidikan, anggota keluarga, lama mengkonsumsi, umur, dan jarak. Dari karakteristik konsumen tersebut bisa mempengaruhi kesediaan membayar konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

## 2.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang memerlukan data untuk membuktikan kebenarannya secara empiris (Sugiyono, 2019). Berdasarkan landasan teoritis dan kerangka berpikir maka hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini adalah karakteristik konsumen sayuran hidroponik (Pendapatan, pendidikan, anggota keluarga, lama mengkonsumsi, umur, dan jarak) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) sayuran hidroponik di Plaza Asia Kota Tasikmalaya baik secara simultan maupun secara parsial.