

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
WILLINGNESS TO PAY KONSUMEN TERHADAP PRODUK
BERAS ORGANIK EKAFARM CIKARANG**

SKRIPSI



**Oleh
Azrial Rifqi Arfiansyah
NPM: 41185009190013**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM 45
BEKASI
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Azrial Rifqi Arfiansyah
NPM : 41185009190013
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian yang berjudul **Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Willingness to Pay* Konsumen terhadap Produk Beras Organik Ekafarm Cikarang** adalah hasil karya penulis sendiri dengan arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah pada perguruan tinggi atau lembaga manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya orang lain yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Bekasi, Mei 2024
Yang membuat pernyataan



Azrial Rifqi Arfiansyah

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kota Bekasi pada tanggal 12 Oktober 2001, anak pertama dari dua bersaudara pasangan Bapak Abdullah Arif dan Ibu Sri Hartini. Penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar Negeri (SDN) Jakasampurna II Kecamatan Bekasi Barat Kota Bekasi pada tahun 2013, kemudian lulus dari Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 22 Kecamatan Bekasi Barat Kota Bekasi pada tahun 2016 dan lulus dari Sekolah Menengah Atas (SMA) BPS&K 1 Jakarta Jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) pada tahun 2019. Sejak tahun 2019 penulis terdaftar sebagai mahasiswa aktif pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Nudira Sumber Daya Indonesia yang beralamatkan di Menteng, Kecamatan Bogor Barat Kota Bogor, Jawa Barat pada tahun 2022. Penulis juga pernah melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kutamukti Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang, Jawa Barat pada tahun 2022.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI WILLINGNESS TO PAY KONSUMEN TERHADAP PRODUK BERAS ORGANIK EKAFARM CIKARANG

Analysis of Factors that Influence Consumers Willingness to Pay for Ekafarm Cikarang Rice Organic Product

Azrial Rifqi Arfiansyah¹, Ahya Kamilah², Esi Asyani Listyowati³

¹Mahasiswa Pembuat Skripsi, ²Pembimbing Pertama, dan ³Pembimbing Kedua
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi
Jl. Cut Meutia No. 83 Bekasi 117113

ABSTRACT

Ekafarm Cikarang is an organic food business with a home service concept that sells healthy and organic food products, one of which is rice. Organic rice is one of the environmentally friendly products and good for maintaining health. The purpose of this study is to identify the market segmentation of organic rice, estimate the willingness to pay value of organic rice consumers and identify factors that influence the willingness to pay of organic rice consumers. This research uses Contingent Valuation Method (CVM) and the analytical tool used was multiple linear regression analysis using the help of SPSS 26.0 software. The results of this study indicate that the highest average WTP value for organic rice is the brown rice type with a value of Rp6.357,00/kg while the lowest average WTP value for organic rice the amandia rice type with a value of Rp3.929,00/kg. Factors that influence the willingness to pay for organic rice are income, product price, product safety, and lifestyle.

Keywords: rice organic, willingness to pay, ekafarm cikarang

ABSTRAK

Ekafarm Cikarang merupakan usaha di bidang pangan organik dengan konsep *home service* yang menjual produk pangan sehat dan organik, salah satunya adalah beras. Beras organik merupakan salah satu produk ramah lingkungan dan baik untuk menjaga kesehatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi segmentasi pasar beras organik, menduga nilai kesediaan membayar konsumen beras organik serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen beras organik. Penelitian ini menggunakan *Contingent Valuation Method (CVM)* dan alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 26.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata WTP tertinggi untuk beras organik adalah jenis beras coklat dengan nilai sebesar Rp6.357,00/kg sedangkan nilai rata-rata WTP terendah untuk beras organik adalah jenis beras amandia dengan nilai sebesar Rp3.929,00/kg. Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar beras organik adalah pendapatan, harga produk, keamanan produk, dan gaya hidup.

Kata kunci: beras organik, kesediaan membayar, ekafarm cikarang

RINGKASAN

Azrial Rifqi Arfiansyah. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Willingness to Pay* Konsumen terhadap Produk Beras Organik Ekafarm Cikarang. Dibawah bimbingan **Ahya Kamilah, Ir., M.Si.** dan **Esi Asyani Listyowati, S.P., M.Sc.**

Ekafarm Cikarang merupakan usaha di bidang pangan organik dengan konsep *home service* yang menjual berbagai macam produk berbasis organik seperti beras organik yang bervariasi, kacang-kacangan organik, gula organik, tepung garut, dan minyak goreng kelapa. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi segmentasi pasar konsumen yang melakukan pembelian beras organik, (2) mengukur besarnya nilai rata-rata kesediaan membayar konsumen beras organik, dan (3) menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar (WTP) beras organik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Contingent Valuation Method* (CVM) dan analisis regresi linear berganda. Pendekatan CVM digunakan untuk mengetahui maksimum harga yang bersedia dibayarkan terhadap beras organik dan analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan konsumen untuk membayar. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dengan kriteria konsumen yang telah melakukan pembelian produk beras organik minimal satu kali secara *online*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa segmentasi pasar konsumen meliputi aspek segmentasi geografis (jarak domisili >20 km), segmentasi demografis (perempuan, rentang usia 31-40 tahun, 1-4 anggota keluarga, pendidikan terakhir S1, pekerjaan pegawai swasta, pendapatan perbulan 5.000.001,00 – 10.000.000,00), segmentasi psikografis (alasan responden mengkonsumsi beras organik yaitu pemenuhan gaya hidup sehat serta alasan membeli beras organik di Ekafarm Cikarang yaitu pengiriman produk yang singkat) ataupun segmentasi perilaku (sudah mengkonsumsi beras organik selama 1 bulan yang lalu serta jumlah pembelian beras organik yaitu sebanyak 2-5 kg). Nilai rata-rata WTP tertinggi untuk beras organik adalah jenis beras coklat dengan nilai sebesar Rp6.357,00/kg sedangkan nilai rata-rata WTP terendah untuk beras organik adalah jenis beras amandia dengan nilai sebesar Rp3.929,00/kg. Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar beras organik adalah pendapatan, harga produk, keamanan produk, dan gaya hidup.

LEMBAR PENGESAHAN

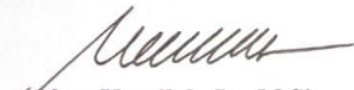
Judul : Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Willingness to Pay* Konsumen terhadap Produk Beras Organik Ekafarm
Nama : Azrial Rifqi Arfiansyah
NPM : 41185009190013
Program Studi : Agribisnis


Telah Diuji dalam Sidang Komprehensif
Pada Tanggal 21 Maret 2024


Menyetujui dan Mengesahkan,

Pembimbing.


Penguji.


Ahva Kamilah, Ir., M.Si.
Pembimbing I dan Penguji


Dr. Nana Danapriatna, Ir., M.P.
Penguji I


Esi Asyani Listyowati, S.P., M.Sc.
Pembimbing II dan Penguji


Ismarani, S.Si., M.Si.
Penguji II

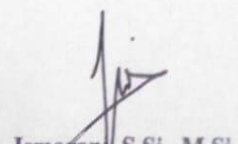

Ridwan Lutfiadi, Ir., M.T.
Penguji III

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian


Ahva Kamilah, Ir., M.Si.

Ketua Program Studi
Agribisnis,


Ismarani, S.Si., M.Si.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis ucapkan ke Hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Willingness to Pay Konsumen terhadap Produk Beras Organik Ekafarm Cikarang**”.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ahya Kamilah, Ir., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi dan selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Dosen Pembimbing Akademik Agribisnis 2019.
2. Ibu Ismarani, S.Si., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Esi Asyani Listyowati, S.P., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II.
4. Dosen, staff TU, Civitas Akademika Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan arahan dan motivasi selama proses kuliah.
5. Pemilik Ekafarm yaitu Bapak Andi yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di tempat usaha miliknya.
6. Kedua orang tua, adik dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan, pengertian, dan do'a yang tiada habisnya untuk memotivasi penulis agar terus berusaha untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan motivasi satu sama lain dan menemani masa kuliah.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Bekasi, Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
RIWAYAT HIDUP	v
ABSTRAK.....	vii
RINGKASAN.....	ix
LEMBAR PENGESAHAN	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Beras Organik.....	7
2.2 Sertifikasi Produk Organik.....	9
2.3 Agribisnis Beras	12
2.4 Teori Pemasaran.....	13
2.5 Segmentasi Pasar.....	13
2.6 Perilaku Konsumen	14
2.7 Teori Permintaan	15
2.8 Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>).....	16
2.9 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kesiediaan Membayar	16
2.10 Penelitian Terdahulu	18
2.11 Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Metode Penelitian	23
3.2 Objek dan Lokasi Penelitian	23

3.3	Populasi dan Sampel.....	23
3.4	Definisi Operasional	24
3.5	Data dan Sumber Data	26
3.6	Analisis Data.....	26
3.6.1	Analisis Deskriptif	26
3.6.2	Skala <i>Likert</i>	27
3.6.3	Uji Instrumen	27
3.6.4	Uji Asumsi Klasik.....	28
3.6.5	<i>Contingent Valuation Method (CVM)</i>	29
3.6.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	30
3.6.7	Uji Simultan (Uji F).....	31
3.6.8	Uji Parsial (Uji T)	31
3.7	Jadwal Penelitian	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Gambaran Umum Ekafarm Cikarang	33
4.1.1	Sejarah Ekafarm.....	33
4.1.2	Tempat dan Fasilitas Ekafarm Cikarang.....	34
4.1.3	Struktur Organisasi Ekafarm Cikarang.....	34
4.1.4	Kegiatan Operasional Ekafarm Cikarang	36
4.2	Segmentasi Pasar Konsumen Beras Organik di Ekafarm Cikarang	36
4.2.1	Jarak Domisili	36
4.2.2	Jenis Kelamin.....	37
4.2.3	Usia	38
4.2.4	Jumlah Tanggungan Keluarga	39
4.2.5	Pendidikan Terakhir.....	39
4.2.6	Pekerjaan.....	40
4.2.7	Pendapatan Perbulan.....	40
4.2.8	Alasan Responden Mengonsumsi Beras Organik.....	41
4.2.9	Alasan Membeli Beras Organik di Ekafarm Cikarang	42
4.2.10	Sudah Berapa Lama Mengonsumsi Beras Organik	43
4.2.11	Jumlah Pembelian Beras Organik.....	43
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	44
4.4	Analisis Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>) Konsumen Beras Organik di Ekafarm Cikarang.....	47

4.4.1	Membangun Pasar Hipotesis.....	47
4.4.2	Penentuan Besarnya Nilai WTP (<i>Obtaining Bids</i>).....	48
4.4.3	Menghitung Nilai Rataan WTP.....	48
4.5	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kesiediaan Membayar	49
4.6	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.7	Pengaruh Variabel secara Simultan terhadap Kesiediaan Membayar	51
4.8	Pengaruh Variabel secara Parsial terhadap Kesiediaan Membayar	52
4.8.1	Pengaruh Variabel Pendapatan terhadap Kesiediaan Membayar	53
4.8.2	Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Kesiediaan Membayar	53
4.8.3	Pengaruh Variabel Harga Produk terhadap Kesiediaan Membayar	53
4.8.4	Pengaruh Variabel Keamanan Produk terhadap Kesiediaan Membayar	54
4.8.5	Pengaruh Variabel Gaya Hidup terhadap Kesiediaan Membayar	54
4.9	Implikasi Manajerial	55
BAB V SIMPULAN		57
5.1	Simpulan	57
5.2	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan Ekafarm Tahun 2023	4
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. Kisi-Kisi Instrumen	25
Tabel 4. Hasil Uji Validitas	27
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	28
Tabel 6. Jadwal Penelitian	32
Tabel 7. Jarak Domisili	37
Tabel 8. Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 9. Usia Responden	38
Tabel 10. Jumlah Tanggungan Keluarga Responden	39
Tabel 11. Pendidikan Terakhir Responden.....	39
Tabel 12. Pekerjaan Responden.....	40
Tabel 13. Pendapatan Perbulan Responden	41
Tabel 14. Alasan Responden Mengonsumsi Beras Organik.....	41
Tabel 15. Alasan Membeli Beras Organik di Ekafarm Cikarang	42
Tabel 16. Sudah Berapa Lama Mengonsumsi Beras Organik	43
Tabel 17. Jumlah Pembelian Beras Organik.....	44
Tabel 18. Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 19. Hasil Uji Autokorelasi	46
Tabel 20. Jenis Beras Organik dan Harga (Rp/kg)	47
Tabel 21. Nilai Rataan WTP	49
Tabel 22. Koefisien Korelasi dan Uji Koefisien Determinasi	49
Tabel 23. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 24. Hasil Uji Simultan (F)	51
Tabel 25. Hasil Uji Parsial (T).....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sistem Agribisnis	12
Gambar 2. Kurva Permintaan	15
Gambar 3. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	21
Gambar 4. Struktur Organisasi Ekafarm Cikarang	35
Gambar 5. Grafik <i>Normal P-Plot</i>	44
Gambar 6. <i>Scatter Plot</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	71
Lampiran 3. Segmentasi Pasar	75
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	79
Lampiran 5. Nilai WTP Responden.....	81
Lampiran 6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	85
Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian.....	87

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI WILLINGNESS TO PAY KONSUMEN TERHADAP PRODUK BERAS ORGANIK EKAFARM CIKARANG

ORIGINALITY REPORT

26%
SIMILARITY INDEX

23%
INTERNET SOURCES

12%
PUBLICATIONS

15%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Higher Education Commission Pakistan Student Paper	8%
2	digilib.unhas.ac.id Internet Source	5%
3	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	1%
4	ojs.unud.ac.id Internet Source	1%
5	journal.ipb.ac.id Internet Source	1%
6	jurnal.usahid.ac.id Internet Source	1%
7	repository.unsoed.ac.id Internet Source	<1%
8	akademik.unsoed.ac.id Internet Source	<1%