

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Nilai kesediaan membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) konsumen beras berlabel berdasarkan tingkat pendapatan, tingkat pendidikan dan pekerjaan di pasar tradisional lebih kecil jika dibandingkan nilai WTP di pasar modern. Hal ini terjadi karena harga aktual pembelian di pasar modern lebih besar daripada harga aktual di pasar modern. Tingginya harga aktual di pasar modern karena pasar modern memiliki fasilitas yang lebih nyaman jika dibandingkan dengan pasar tradisional. Sedangkan persentase kenaikan harga di pasar tradisional lebih besar daripada persentase kenaikan harga di pasar modern. Harga aktual di pasar tradisional yang masih murah menyebabkan konsumen masih bersedia membayar lebih beras berlabel yang akan dibeli. Berbeda dengan di pasar modern, konsumen tidak bersedia membayar lebih tinggi karena harga aktual beras berlabel yang mereka beli sudah tinggi. Hal ini berarti di pasar tradisional lebih toleran terhadap kenaikan harga beras berlabel dibandingkan dengan pasar modern.

Tingkat pendapatan tertinggi memiliki nilai WTP tertinggi, karena konsumen yang berpendapatan tinggi lebih mampu membayar lebih beras berlabel. Begitu juga dengan tingkat pendidikan, tingkat pendidikan konsumen memengaruhi terhadap pola pikir dan pemahaman konsumen terhadap produk beras berlabel, sehingga cenderung meningkatkan nilai WTP. Sedangkan jenis pekerjaan yang memiliki nilai WTP tertinggi yaitu pegawai swasta dan PNS. Seorang ibu yang bekerja membantu peningkatan pendapatan keluarga disamping tugas pokoknya yang juga sebagai pembuat keputusan dalam memenuhi kebutuhan pangan keluarga.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pada pasar tradisional produsen diharapkan melakukan peningkatan kualitas produk beras berlabel untuk meningkatkan permintaan beras berlabel dan menetapkan harga jual sesuai dengan sasaran pemasaran. Sedangkan di pasar modern, produsen diharapkan untuk menjaga dan mempertahankan kualitas

dari produk beras berlabel. Penetapan harga harus dilakukan secara hati-hati mengingat persentase kenaikan harga beras berlabel yang bersedia dibayarkan konsumen sangat kecil.

2. Perlu dilakukan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh pendapatan, pendidikan dan pekerjaan terhadap kesediaan membayar (*willingness to pay*) beras berlabel.

