

### III. KERANGKA PENELITIAN

#### 3.1 Kerangka Pemikiran

Manusia sebagai makhluk hidup tentu memiliki kebutuhan akan pangan untuk memenuhi nutrisi dalam tubuhnya. Nutrisi yang paling banyak diserap adalah karbohidrat sebagai sumber energi untuk beraktivitas. Makanan dengan kandungan karbohidrat tinggi ada bermacam-macam, salah satunya beras (nasi). Perkembangan pola pikir masyarakat, menyebabkan bergesernya konsumsi beras curah menjadi beras berlabel. Bukan tanpa sebab, beras berlabel tentu lebih meyakinkan karena mengandung informasi mengenai produknya sehingga konsumen akan merasa aman. Tidak hanya itu, gaya hidup masyarakat yang berubah seperti lokasi berbelanja yang dulunya di pasar tradisional dengan sistem tawar-menawar, kini mereka lebih menyukai pasar modern yang bersih, nyaman serta praktis.

Indonesia sendiri memiliki angka konsumsi beras berlabel sangat tinggi, bahkan harga beras mencapai 100% lebih tinggi daripada harga impor (beli). Bisa jadi terdapat perbedaan harga di setiap daerah, hal tersebut mengindikasikan adanya perbedaan nilai kesediaan membayar atau *Willingness To Pay* (WTP) bagi setiap konsumen untuk mendapatkan beras berlabel. Perbedaan nilai bisa saja dikarenakan karakteristik konsumen. Karakteristik konsumen yang menjadi perbedaan dapat diukur dari usia, jenis kelamin, status pernikahan, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, tingkat konsumsi, ukuran kemasan pembelian beras berlabel, serta jumlah anggota keluarga.

Diketuainya nilai WTP konsumen terhadap beras berlabel, diharapkan dapat menjadi tolak ukur bagi Pemerintah dalam membuat kebijakan menentukan harga beras maupun memasok kebutuhan beras di seluruh negeri, bahkan mengetahui jenis beras yang diinginkan konsumen. Bagi penjual, produsen maupun perusahaan, dapat menjadi tolak ukur dalam menentukan segmen pasar, menentukan harga serta acuan memperbaiki produk agar konsumen loyal terhadap produk beras berlabel.

Cara mengetahui nilai WTP, maka akan dilakukan penelitian mengenai “Analisis Willingness To Pay (WTP) Terhadap Beras Berlabel di Pasar Modern Kota dan Kabupaten Malang”. Populasi yang menjadi calon responden tidak

terbatas atau tidak dapat dihitung, sehingga metode penentuan sampel ditentukan secara *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Sehingga didapatkan sampel sebanyak 90 orang dari Kota Malang dan Kabupaten Malang. Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui nilai WTP adalah dengan metode *ascending bid auction* atau *english auction*. Metode tersebut digunakan untuk mencari nilai maksimum yang disanggupi oleh konsumen. Berdasarkan nilai WTP yang ditemukan, diharapkan produsen mampu memperbaiki strategi pemasaran sehingga konsumen loyal terhadap produk.



Keterangan:  
 → : Alur Pemikiran  
 - - - → : Metode Analisis  
 ..... → : Sampling Design

Gambar 1. Alur Kerangka Pemikiran

### 3.2 Hipotesis

Berdasarkan fakta dan teori yang ada, maka dikemukakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Diduga nilai kesediaan membayar (WTP) konsumen terhadap beras berlabel di Kota dan Kabupaten Malang ditentukan oleh karakteristik tingkat pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, usia, jenis kelamin, status pernikahan menjadi penentu nilai WTP.
2. Diduga pada setiap kategori karakteristik terdapat perbedaan nilai toleransi WTP yang tidak berbeda jauh.
3. Diduga nilai toleransi WTP konsumen di Kota Malang lebih tinggi dibandingkan Kabupaten Malang.

### 3.3 Batasan Masalah

1. Penelitian dilakukan hanya di Pasar Modern Kota dan Kabupaten Malang.
2. Penelitian hanya dilakukan di Kecamatan Karangploso dan Lowokwaru.
3. Penelitian hanya dilakukan di Giant, Swalayan Grosir, Swalayan Elok, Toko 57, Smesco, Persada dan Sardo.
4. Penelitian hanya dilakukan pada konsumen beras berlabel yang sedang ada di lokasi penelitian.

### 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Berikut dijelaskan dalam tabel 1 mengenai definisi operasional dan pengukuran variabel dari penelitian berjudul “Analisis Willingness To Pay (WTP) Oleh Konsumen Terhadap Beras Berlabel di Pasar Modern Kota dan Kabupaten Malang”.

