

**WILLINGNESS TO PAY (WTP) KONSUMEN TERHADAP
PRODUK SAYURAN ORGANIK CV. KURNIA KITRI AYU
FARM, KOTA MALANG**

Oleh
LIDYA TRISNA MARGARETA



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG**

2017



**WILLINGNESS TO PAY (WTP) KONSUMEN TERHADAP PRODUK
SAYURAN ORGANIK CV. KURNIA KITRI AYU FARM,
KOTA MALANG**

Oleh

LIDYA TRISNA MARGARETA

13504010111213

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG**

2017

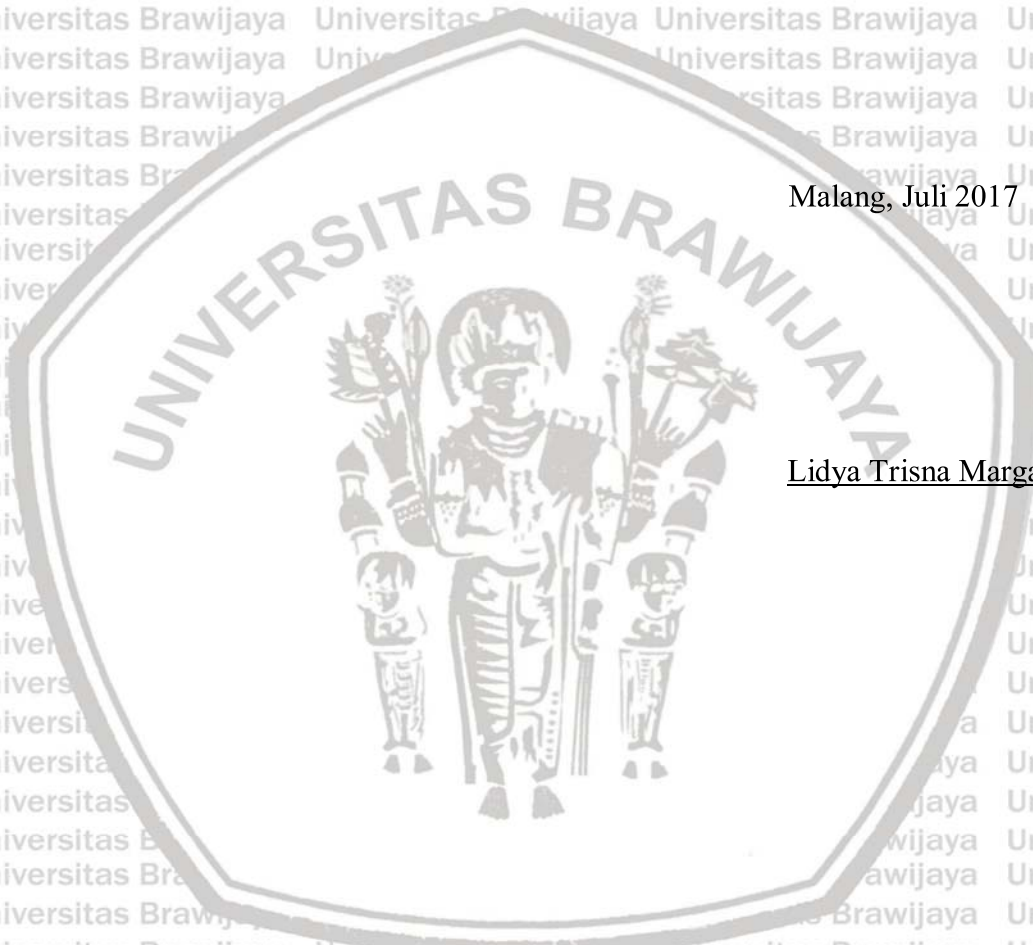


PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Juli 2017

Lidya Trisna Margareta



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : *Willingness to Pay (WTP) Konsumen terhadap Produk Sayuran Organik CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, Kota Malang*

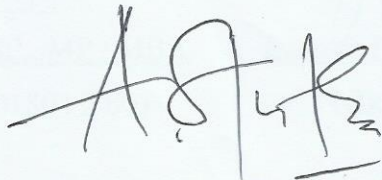
Nama Mahasiswa : Lidya Trisna Margareta

NIM : 135040101111213

Program Studi : Agribisnis

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama,



Dr. Ir. Agustina Shinta H. W., MP.

NIP. 19710821 200212 2 001

Mengetahui,

Ketua

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian



Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D.

NIP. 19770420 200501 1 001

Tanggal Persetujuan :

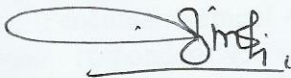
27 JUL 2017

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

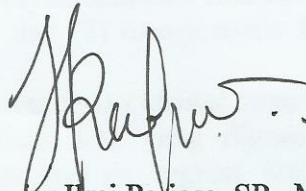
Penguji I,



Dwi Retnoningsih, SP., MP., MBA

NIP. 19820110 201504 2 001

Penguji II,



Imantar Ilmi Pariasa, SP., MP., MBA

NIK. 201607900517 2 001

Penguji III,



Dr. Ir. Agustina Shinta H. W., MP.

NIP. 19710821 200212 2 001

Tanggal Lulus:

27 JUL 2017



*Skripsi ini kupersembahkan untuk:
Kedua orangtuaku tercinta (Bapak Sutrisno dan Ibu Sulistyo Mareta) dan adikku tersayang (Rachel),
Ibu Dr. Ir. Agustina Shinta Hw., MP. selaku dosen pembimbing,
Bapak Ir. Hary Soejanto selaku pemilik CV. Kurnia Kitri Ayu Farm,
dan
Teman-teman sekaligus sahabatku (Resya, Icha, Cahyo, Bima, Dimas, Atul, Rhonda, Devita, Fadilla,
Baskoro, Robytho, Wendy, Merza, Cita, dan Baby).
Terima kasih atas doa, ilmu, semangat, motivasi, dan dukungan yang telah diberikan selama ini.*

RINGKASAN

Lidya Trisna Margareta. 135040101111213. *Willingness to Pay (WTP) Konsumen terhadap Produk Sayuran Organik CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, Kota Malang. Di bawah bimbingan Dr. Ir. Agustina Shinta H. W., MP.*

Produk organik merupakan produk yang dihasilkan dari sistem budidaya organik, yang sangat meminimalisir penggunaan *input* kimia sintetis sehingga lebih aman dikonsumsi. Hal tersebut membuat harga produk organik lebih mahal daripada produk konvensional. CV. Kurnia Kitri Ayu Farm (KKAF) merupakan salah satu produsen organik di Kota Malang, yang telah memberi kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh produk organik dengan harga jual yang lebih rendah daripada di swalayan. Namun, apabila pihak KKAF ingin meningkatkan harga jual produknya akibat dari peningkatan kualitas produk, maka tidak semua konsumen dengan karakteristik tertentu tetap bersedia untuk membayar kenaikan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menentukan estimasi harga WTP konsumen terhadap sayuran organik KKAF; dan (2) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi WTP konsumen tersebut.

Penentuan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling* dengan jumlah responden 45 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah *Contingent Valuation Method (CVM)*, dan analisis regresi logistik. CVM digunakan untuk menghitung nilai estimasi WTP konsumen terhadap sayuran organik KKAF dengan metode *dichotomous choice* dan *bidding game*. Sedangkan, analisis regresi logistik digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar (WTP) konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik sosiodemografis responden sebagian besar berumur 44-56 tahun dengan pendidikan terakhir S1 dan jumlah anggota keluarga 4-6 orang. Sebagian besar responden juga merupakan ibu rumah tangga dan memiliki jumlah pendapatan sebesar Rp. 3.000.001-Rp. 5.000.000/bulan. Selain itu, mayoritas responden memiliki tingkat kepedulian dan keyakinan yang tinggi. Sedangkan, berdasarkan perilaku pembelian produk organik, diperoleh hasil bahwa responden yang memiliki kuantitas pembelian >1 kg/bulan, telah mengonsumsi produk organik selama >1 tahun.

Berdasarkan hasil analisis WTP konsumen terhadap sayuran organik KKAF, diperoleh persentase responden yang menyatakan bersedia membayar sebesar 75,56%, sedangkan sisanya 24,44% menyatakan tidak bersedia. Nilai estimasi rata-rata WTP yang diperoleh yaitu Rp. 5.500/kemasan 200 gram untuk produk yang memiliki harga jual sebesar Rp. 5.000/kemasan 200 gram. Untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi WTP, diperoleh hasil bahwa konsumen dengan tingkat kepedulian dan keyakinan tinggi (tingkat kepercayaan 95%) memiliki peluang sebesar 27,450 dan 16,374 kali lebih besar untuk bersedia membayar lebih mahal dibandingkan konsumen dengan tingkat kepedulian dan keyakinan yang rendah. Sedangkan pada tingkat kepercayaan 90%, konsumen yang bekerja memiliki peluang 14,823 kali lebih besar untuk bersedia membayar lebih mahal dibandingkan konsumen yang tidak bekerja. Saran yang diberikan, yaitu diharapkan KKAF dapat terus memberikan informasi kepada masyarakat luas mengenai manfaat organik sehingga kesadaran masyarakat mengenai pentingnya konsumsi produk organik dapat meningkat, melalui seminar, bazar, brosur atau media *online*.

SUMMARY

Lidya Trisna Margareta. 135040101111213. Consumers Willingness to Pay (WTP) for Organic Vegetables CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, Malang. Under advice of Dr. Ir. Agustina Shinta Hw., MP.

Organic products are produced from organic cultivation system which minimize the use of synthetic chemical inputs. Because organic products are safer to consume, they have a more expensive price than conventional products. CV. Kurnia Kitri Ayu Farm (KKAF) is one of the organic producers in Malang, which offers a lower price than supermarket for the consumers. But, if KKAF wants to increase the price, not all the consumers with certain characteristics remain willing to pay (WTP) this increasing price. Therefore, the main objectives of this study are to assess consumers' WTP for organic vegetables and to analyze the factors affecting consumers' WTP.

The study was performed in CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, Malang. By using the Lemeshow equation, this study used 45 respondents from an incidental sampling. The methodology applied to assess consumers' WTP for organic vegetables was the Contingent Valuation Method (CVM) using a dichotomous choice and bidding game format. While logistic regression analysis has been used to analyze the factors affecting consumers' WTP.

The results show that most of the respondents are aged between 44-56 years, which had completed the bachelor degree and have 4-6 persons in a household. Most of the respondents are housewives and have an income between Rp. 3.000.001- Rp. 5.000.000 in a month. Moreover, most of the respondents have a high level of awareness and belief. And according to the buying behavior, the results show that respondents who have a buying quantity more than 1 kg/month, have consumed organic products for more than 1 year.

The WTP analysis results find that 34 respondents (75,56%) are willing to pay the increasing prices, while 11 respondents (24,44%) are not willing to pay. This analysis also finds that the estimated value of WTP is Rp. 5.500/pack (1 pack=200 grams) for the products which have a price Rp. 5.000/pack, such as carrot, tomato, leek, spinach, pakchoy, caisim, bean, and long beans. While the logistic regression analysis (significant at 5% level) finds that consumers who have a high level of awareness and belief, have opportunities 27,450 and 16,374 times greater than consumers with a low level of awareness and belief. But in the 10% of significant level, consumers who are employed have opportunities 14,823 times greater than consumers who are unemployed. Thus, the recommendation which can be given for KKAF is KKAF should keep giving more information about organic for the consumers, so their awareness and belief can also increase, through seminar, bazaar, brochure, or online media.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Willingness to Pay* (WTP) Konsumen terhadap Produk Sayuran Organik CV. Kurnia Kitri Ayu *Farm*, Kota Malang”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pertanian di Universitas Brawijaya. Selain itu, melalui penyusunan skripsi ini, mahasiswa dapat melatih dan mengasah kemampuannya untuk berpikir kritis dalam memecahkan masalah yang akan dihadapi di masyarakat berdasarkan ilmu yang telah diperoleh sebelumnya.

Topik penelitian yang digunakan pada penulisan skripsi ini, yaitu kesediaan membayar atau *willingness to pay* (WTP). WTP merupakan konsep yang mengukur nilai ekonomis yang bersedia dikeluarkan oleh konsumen untuk meningkatkan kualitas lingkungan atau mencegah penurunan kualitas lingkungan. Dalam penelitian ini, pengukuran nilai WTP ditujukan untuk produk sayuran organik. Produk sayuran organik dipilih karena produk organik memiliki manfaat yang lebih tinggi bagi kesehatan lingkungan dan manusia dibandingkan produk konvensional. Hal inilah yang membuat harga produk organik lebih mahal daripada produk konvensional. Mahalnya harga tersebut tentu dapat menjadi kendala bagi konsumen dengan karakteristik tertentu, namun tetap ingin mengonsumsi produk organik. Alasan tersebut menjadi dasar penulis untuk mengambil topik *willingness to pay* (WTP).

Lokasi penelitian yang digunakan untuk penyusunan skripsi ini yaitu CV. Kurnia Kitri Ayu *Farm* (KKAF). KKAF merupakan salah satu perusahaan di Kota Malang yang membudidayakan dan memasarkan sayuran organik ke beberapa wilayah di Malang, Surabaya, dan Bali. Perusahaan ini telah dibentuk sejak tahun 2006 dan telah memiliki banyak pelanggan tetap. Beberapa hal itulah yang menjadi alasan penulis untuk memilih lokasi tersebut. Dengan topik penelitian mengenai kesediaan membayar (*willingness to pay*), penulis berharap hasil penelitian ini dapat membantu pihak KKAF untuk mengetahui estimasi harga yang bersedia dibayarkan konsumen apabila pihak KKAF ingin meningkatkan kualitas produknya, yang mengakibatkan naiknya harga jual produk. Selain itu, melalui

skripsi ini, diharapkan pihak KKAF dapat mengetahui faktor apa saja yang mendasari kesediaan membayar oleh konsumen tersebut.

Penulis senantiasa menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan agar skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Malang, Mei 2017

Penulis



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Surabaya pada tanggal 26 November 1995. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Sutrisno dan Ibu Sulistyo Mareta. Penulis menempuh pendidikan dasar di SDK Pecinta Damai Surabaya pada tahun 2001-2003, lalu pindah ke SD Hang Tuah 9 Sidoarjo pada tahun 2003 dan selesai pada tahun 2007. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 2 Sidoarjo pada tahun 2007-2010. Pada tahun 2010-2013, penulis menempuh pendidikan menengah atas di SMAN 2 Sidoarjo. Pada tahun 2013, penulis diterima menjadi mahasiswa Strata-1 di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya melalui jalur SNMPTN.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif menjadi asisten praktikum mata kuliah Matematika Ekonomi (2014/2015), Ekonomi Mikro (2014/2015 dan 2015/2016), Pengantar Ekonomi Pertanian (2015/2016), Pemasaran Hasil Pertanian (2015/2016), Ekonomi Makro (2015/2016 dan 2016/2017), Ekonomi Produksi (2016/2017), dan Metode Kuantitatif (2016/2017). Selain itu, penulis juga pernah mewakili Universitas Brawijaya sebagai finalis dalam LKTI Nasional *4th Soedirman Science Competition* 2015. Pada tahun 2015, penulis memperoleh Juara 1 dalam LKTI Nasional PRISMA 5 tingkat mahasiswa. Selanjutnya, penulis mendapat peringkat *1st Runner Up* dalam *Health Agent Award* 2016 yang diselenggarakan oleh Tropicana Slim.

DAFTAR ISI

Halaman

RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
RIWAYAT HIDUP	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Kegunaan Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Pertanian Organik.....	12
2.3. Karakteristik Sosiodemografis Konsumen.....	14
2.4. Perilaku dan Sikap Konsumen.....	15
2.5. Kepedulian Konsumen terhadap Produk Organik.....	19
2.6. <i>Willingness to Pay</i> (WTP).....	20
III. KERANGKA TEORITIS	27
3.1. Kerangka Pemikiran.....	27
3.2. Hipotesis.....	31
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
IV. METODE PENELITIAN	34
4.1. Pendekatan Penelitian.....	34
4.2. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
4.3. Teknik Penentuan Sampel.....	35

4.4. Teknik Pengumpulan Data.....	36
4.5. Metode Analisis Data.....	37
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
5.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	46
5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
5.3. Karakteristik Responden.....	57
5.4. Analisis <i>Willingness to Pay</i> (WTP) Konsumen terhadap Sayuran Organik CV. Kurnia Kitri Ayu Farm.....	68
5.5. Analisis Faktor yang Mempengaruhi WTP Konsumen terhadap Sayuran Organik CV. Kurnia Kitri Ayu Farm.....	72
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
6.1. Kesimpulan.....	81
6.2. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	88



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Definisi Operasional, Indikator, dan Pengukuran Variabel	31
2.	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kepedulian dan Keyakinan.....	55
3.	Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Kepedulian dan Keyakinan ...	56
4.	Sebaran Responden Berdasarkan Usia.....	58
5.	Sebaran Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	58
6.	Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	59
7.	Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	60
8.	Sebaran Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	61
9.	Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Kepedulian.....	62
10.	Penilaian Kepedulian Responden terhadap Sayuran Organik Berdasarkan Sikap	63
11.	Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Keyakinan	64
12.	Sebaran Responden Berdasarkan Lama Konsumsi Produk Organik.....	65
13.	Sebaran Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Organik.....	66
14.	Sebaran Responden Berdasarkan Kuantitas Pembelian.....	66
15.	Sebaran Kesiediaan Membayar Konsumen terhadap Sayuran Organik CV. Kurnia Kitri Ayu <i>Farm</i>	69
16.	Sebaran Nilai WTP, Nilai Dugaan Rataan WTP (EWTP), dan Nilai Agregat WTP (TWTP) untuk Sayuran Organik Kemasan 200 Gram	70
17.	Hasil Analisis Regresi Logistik Logistik Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar Konsumen terhadap Sayuran Organik CV. Kurnia Kitri Ayu <i>Farm</i>	73



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran Penelitian.....	30
2.	Struktur Organisasi CV. Kurnia Kitri Ayu <i>Farm</i>	48
3.	Bentuk Kemasan Produk Vegy O.....	53
4.	Bentuk kemasan yang dijual langsung oleh KKAF (a: pembelian di lokasi perusahaan, b: pembelian di Pasar Tani)	53
5.	Sebaran Responden Berdasarkan Hubungan antara Tingkat Lama Konsumsi dengan Kuantitas Pembelian.....	67
6.	Kurva Nilai Tawaran WTP	72





DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	89
2.	Karakteristik Responden	94
3.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	96
4.	Hasil Analisis Regresi Logistik	98
5.	Dokumentasi Kegiatan Penelitian	101

