

**ANALISIS WILLINGNESS TO PAY BERAS ORGANIK AROMATIK  
"BOTANIK" GAPOKTAN AL-BAROKAH  
DI KABUPATEN BONDOWOSO**

**WILLINGNESS TO PAY ANALYSIS OF AROMATIC ORGANIC RICE  
"BOTANIC" AL-BAROKAH FARMER GROUPS  
IN BONDOWOSO DISTRICT**

**Elrey All Habib<sup>1\*</sup>, Ebban Bagus Kuntadi<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Program Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Jember

\*Email : [habiballelreybontang@yahoo.com](mailto:habiballelreybontang@yahoo.com); 085246839822

Naskah diterima: 10/12/2019 Naskah direvisi: 18/03/2020 Naskah diterbitkan: 31/03/2020

**ABSTRACT**

*The development of organic rice in Bondowoso has high growth. The superiority of the product makes the selling value of the product not cheap when compared to other rice products. The objectives of the study are (1) to determine the characteristics of aromatic organic rice consumers in Al-Barokah Gapoktan in Bondowoso, (2) the price of consumers willing to pay for aromatic organic rice, (3) the factors that influence consumers' WTP value of aromatic organic rice. Method of determining the area using a purposive method in the Botanic shop. Sampling using incidental sampling technique with a total of 45 respondents. The results show: (1) the characteristics of Botanic aromatic organic rice consumers are the majority of middle-aged men who have a tertiary education level with non-PNS jobs and have an income of > 3,000,000 000 4,000,000 and already have a total dependents of family members of 3 people, (2) willingness to pay Botanic aromatic organic rice products is Rp. 18,133 per 1kg higher when compared to prevailing prices in the shop which is Rp. 17,500 so that means there is a consumer surplus of Rp. 633, and (3) Factors factors that significantly affected the willingness to pay for organic rice in were age, education level, type of work, healthy food concern, and income.*

**Keywords:** Organic Rice, Consumer Characteristics, Willingness to Pay

**ABSTRAK**

Perkembangan beras organik di Bondowoso memiliki pertumbuhan yang tinggi. Keunggulan yang dimiliki produk menjadikan nilai jual produk yang tidak murah bila dibandingkan dengan produk beras lain. Tujuan penelitian yaitu (1) Mengetahui karakteristik konsumen beras organik aromatik Gapoktan Al-Barokah di Bondowoso, (2) harga konsumen bersedia bayar untuk beras organik aromatik, (3) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai WTP konsumen terhadap beras organik aromatik. Metode penentuan daerah menggunakan *purposive method* di toko Botanic. Pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling incidental* dengan jumlah 45 responden. Hasil penelitian menunjukkan: (1) karakteristik konsumen beras organik aromatik Botanic adalah mayoritas berusia separuh baya, berjenis kelamin laki-laki, memiliki pendidikan perguruan tinggi, pekerjaan non-PNS dan memiliki penghasilan antara > 3.000.000 ≤ 4.000.000 serta memiliki jumlah tanggungan anggota keluarga 3 orang, (2) *willingness to pay* produk beras organik aromatik Botanic adalah Rp 18.133 per 1kg lebih tinggi apabila dibandingkan dengan harga yang berlaku di toko yaitu Rp 17.500 dengan demikian artinya terdapat surplus konsumen sebesar Rp 633, dan (3) Faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap kesediaan membayar beras organik aromatic di Kabupaten Situbondo adalah usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, kepedulian pangan sehat, dan pendapatan.

**Kata Kunci:** Beras Organik, Karakteristik Konsumen, Kesiediaan Membayar

**How to Cite:** Habib, E.A., & Kuntadi, E.B. (2020). Analisis Willingness to Pay Beras Organik Aromatik "Botanic" Gapoktan Al-Barokah di Kabupaten Bondowoso. *JSEP: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 13(1): 38-52.

## PENDAHULUAN

Produk Beras saat ini tersedia dalam varian organik atau non organik, namun untuk saat ini rata-rata petani padi di Indonesia melakukan budidaya secara konvensional untuk menghasilkan beras non organik. Pertanian secara konvensional menyebabkan tingginya penggunaan input berupa bahan-bahan kimia seperti pupuk dan pestisida kimia. Penggunaan pupuk dan pestisida kimia yang dilakukan secara berlebihan akan berdampak kepada penurunan kualitas tanah, lingkungan, dan kesehatan manusia.

Konsumen semakin sadar dan selektif atas segi kualitas kesehatan produk pertanian melalui konsumsi produk organik. Mereka kini lebih suka mengonsumsi produk alami ketimbang yang menggunakan bahan kimia. Semakin tingginya minat konsumen atas produk pertanian organik, dapat dihitung dari bertambahnya areal penanaman padi organik. Saat ini pangsa pasar pangan organik meningkat dengan pesat didunia. Hal tersebut disebabkan masyarakat yang mulai sadar akan kebutuhan mutlak dalam menekan resiko kesehatan melalui pangan sehat. Oleh karena itu, pangan organik dan pertanian organik akan menjadi “*in a great demand*” pada masa mendatang.

Kegiatan pertanian organik secara umum tidak terlepas dari kerangka kebijakan pemerintah pada sektor pertanian. Salah satu penerapan pertanian organik sudah dilakukan di Bondowoso dengan program Bondowoso menuju pertanian organik (Botanik). Desa Lombok Kulon dipilih sebagai *pilot project*, karena di daerah tersebut memenuhi persyaratan untuk menghasilkan padi organik, mulai dari suplai air dan lahan yang bebas dari pestisida serta tidak tercemar dengan bahan kimia. Program ini dijalankan oleh Gapoktan Al-Barokah. Saat ini di Kabupaten Bondowoso hanya Gapoktan Al-Barokah saja yang telah memiliki sertifikasi organik. Salah satu produk dari Gapoktan Al-Barokah adalah beras putih organik aromatik yang dijual dengan harga Rp17.500,-/kg. Beras putih organik aromatik tentu memiliki harga lebih tinggi oleh karena lebih menyehatkan dan ramah lingkungan.

Pada umumnya konsumen produk organik merupakan masyarakat yang memiliki latar pendidikan perguruan tinggi (Idaman, N.; Yuliati, 2012). Konsumen yang telah menempuh pendidikan sampai perguruan tinggi biasanya mengetahui keunggulan, manfaat, dan nilai positif bagi lingkungan yang dihasilkan produk organik. Selain pendidikan, perlu diketahui karakteristik konsumen lainnya seperti pendapatan, usia, jenis kelamin, dan jumlah anggota keluarga agar dapat diperoleh gambaran target pasar beras organik aromatik. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu mengenai WTP beras organik adalah peneliti menambahkan satu variabel yaitu kepedulian terhadap pangan sehat. Hal ini dilakukan karena kepedulian pangan sehat berhubungan dengan produk organik yang sejatinya diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat yang mulai menerapkan pola hidup sehat dengan lebih memperhatikan bahan makanan yang mereka konsumsi.

Kendala pertanian organik salah satunya adalah belum jelasnya aturan harga yang ditetapkan oleh pemerintah (Mayrowani, 2012). Produk pertanian organik dikategorikan sebagai *specialty product*. Tidak adanya aturan harga eceran tertinggi dan harga eceran terendah untuk produk beras organik membuat harga yang berlaku di pasar adalah harga yang ditentukan sendiri oleh para produsen beras organik, oleh karenanya untuk terciptanya keseimbangan pasar perlu untuk diketahui berapa besar kesediaan maksimal konsumen untuk membayar produk beras organik aromatik.

Batas tertinggi kemampuan untuk membayar suatu barang disebut dengan kesediaan untuk membayar (*willingness to pay*). *Willingness to pay* antar individu berbeda tergantung banyak hal, antara lain persepsi individu pada nilai barang tersebut, pendapatan individu, dan lainnya. Persepsi individu terhadap suatu barang berbeda antara satu individu dengan individu yang lain. Selisih antara nilai WTP dan harga yang dibayarkan disebut surplus konsumen. Surplus konsumen adalah konsep penting bagi pengambilan keputusan pemasaran, karena pada intinya konsumen selalu mencari surplus konsumen dalam setiap keputusan pembeliannya (Rondhi, 2016).

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin mengetahui berapa harga yang konsumen bersedia bayarkan untuk sebuah produk beras putih organik aromatik Botanik

Gapoktan Al-Barokah dengan analisis *willingness to pay*. Namun sebelum mengetahui harga yang konsumen bersedia bayar, peneliti terlebih dahulu mengidentifikasi karakteristik demografi konsumen beras organik aromatik Botanik agar diketahui segmentasi pasar produk tersebut. Setelah itu peneliti juga ingin melihat pengaruh dari variabel karakteristik demografi tersebut pada besarnya nilai WTP yang didapat.

Penelitian mengenai kesediaan membayar terhadap beras maupun beras organik sudah pernah dilakukan. Penelitian (Rahayu, A.D.; Hapsari, T.D.; Adam, 2017) menunjukkan bahwa Nilai rata-rata maksimum kesediaan membayar konsumen beras cerdas CV An-Nahlah di Kabupaten Jember adalah sebesar Rp 20.075 per 800 gram yang lebih tinggi dibandingkan harga yang berlaku dipasar yaitu Rp 18.500. Sedangkan penelitian (Riana, E.T.; Mukson; Roessali, 2019) menyebutkan sebanyak 88% responden bersedia membayar lebih dengan peningkatan antara 5% sampai dengan 25% dari harga beras organik saat ini. Penelitian (Setiyadi, H.; Hartono, S.; Darwanto, 2016) menyebutkan bahwa Kesediaan membayar beras organik di Pontianak adalah rendah. Ketiga penelitian di atas juga menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar antara lain usia, jenis kelamin, Pendidikan, pekerjaan, pendapatan, harga dan merek beras organik, dan kemasan. Adapun kebaharuan penelitian ini adalah selain menganalisis mengenai kesediaan membayar konsumen beras organik serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, penelitian ini juga menganalisis mengenai produk beras organik aromatik Botanik.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penentuan lokasi dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive method*. Penentuan daerah secara metode *purposive method* yaitu dengan mempertimbangkan faktor-faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap materi penelitian di masing-masing dan didasarkan pada kondisi yang dapat mewakili secara keseluruhan daerah penelitian (Nugroho, B., Y., H.; Wulandari, S., Y.; Ridlo, 2015). Daerah penelitian dilakukan pada wilayah Kabupaten Bondowoso yaitu pada toko Botanik. Lokasi tersebut dipilih karena menjual beras organik Al-Barokah dengan harga yang selalu diawasi oleh Gapoktan Al-Barokah yaitu Rp17.500,-. Kesamaan harga yang dibayarkan konsumen untuk produk beras organik aromatik pada lokasi penelitian dapat membantu mempermudah proses perhitungan analisis Willingness to Pay.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik. Analisis deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau deskripsi atas suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum (Nur, 2012). Metode analitik adalah prosedur pemecahan masalah dengan menggunakan alat analisis yaitu dalam penelitian ini adalah analisis nilai WTP beras organik aromatik Gapoktan Al-Barokah menggunakan CVM dan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh dari karakteristik konsumen terhadap kesediaan membayar konsumen.

Pengambilan contoh menggunakan metode *non-probability*. Peneliti tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sumarni, Murti; Salamah, 2005). Pengambilan sampel dalam penelitian dengan menggunakan teknik sampling insidental. Teknik tersebut merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dirasa cocok sebagai sumber data serta menyetujui untuk dijadikan sampel maka dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2008). Peneliti menggunakan data rata-rata penjualan beras organik Botanik pada tahun 2017 yaitu sebesar 13.050kg/tahun. Kemudian dengan berasumsi bahwa setiap orang membeli 1 kg beras organik aromatik. Sehingga kemudian dalam menentukan besarnya ukuran sampel digunakan rumus slovin sebagai berikut.

$$n = \frac{13050,25}{1 + 13050,25(0,15)^2} = 44,29$$

Jumlah sampel yang diperoleh yaitu sebesar 45 responden. Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian beras organik aromatik Botanik secara

langsung di toko Botanik. Pengambilan sampel responden dilaksanakan pada periode bulan Maret – Mei 2019.

Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain metode observasi, metode wawancara, dan metode studi pustaka. Pengamatan atau observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Menurut (Gulo, 2002), metode studi pustaka adalah catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu. Data statistik yang diterbitkan secara berkala, dan literatur-literatur yang relevan dimasukkan pula dalam kategori dokumen yang mendukung penelitian.

Metode analisis data yang digunakan pada rumusan masalah karakteristik konsumen adalah dengan analisis deskriptif mendeskripsikan dan memberikan gambaran mengenai responden-reponden pada penelitian ini berdasarkan karakteristik demografi meliputi usia, jenis kelamin, kepedulian pangan, pendidikan, jenis pekerjaan, dan pendapatan perbulan. Rumusan masalah kedua mengenai harga yang bersedia konsumen bayarkan dianalisis dengan *Willingness to Pay*. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis berapa harga yang bersedia konsumen bayar (WTP) terhadap beras organik aromatik Botanik menggunakan metode CVM. Menurut (Fauzi, 2004), metode CVM dilakukan melalui 5 tahapan yaitu Membuat hipotesis pasar, mendapatkan nilai lelang, menghitung rata-rata WTP, memperkirakan kurva lelang, dan mengagregatkan data. Analisis yang digunakan untuk rumusan masalah faktor-faktor yang mempengaruhi nilai WTP yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda dengan langkah yakni menganalisis regresi dan uji asumsi klasik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Konsumen Beras Organik Aromatik Botanik

Konsumen yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan transaksi pembelian beras organik putih aromatik di toko Botanik dengan kemasan 1kg. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 45 orang konsumen yang bersedia untuk di wawancara. Berikut adalah karakteristik konsumen berdasarkan demografi yang meliputi usia, jenis kelamin, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan pendapatan perbulan.

#### a. Usia

Usia merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam memutuskan suatu keputusan pembelian. Setiap usia akan memiliki kebutuhan konsumsinya yang berbeda. Pemasar harus memahami kebutuhan konsumen dari segi usianya di suatu wilayah yang akan dijadikan target pasar. Kebutuhan konsumsi, jumlah konsumsi, dan selera konsumsi biasanya berbeda pada setiap perbedaan usianya. Karakteristik konsumen beras organik aromatik Botanik berdasarkan usia disajikan dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1 Karakteristik konsumen beras organik Botanik berdasarkan usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	21-30	10	22,2
3.	31-40	13	28,9
5.	41-50	15	33,3
7.	51-60	5	11,1
9.	61-70	2	4,4
Total		45	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019.

Tabel 1 menjelaskan bahwa umur konsumen yang paling banyak membeli produk Beras organik aromatik berada pada usia separuh baya (36 – 50 tahun), namun meski memiliki jumlah konsumen terbanyak pada usia separuh baya ini konsumen lebih terbiasa

mengonsumsi beras non organik yang pada penelitian ini didapati sebanyak 16 orang atau 57,1% dari jumlah konsumen separuh baya. Konsumen dengan kebiasaan mengonsumsi beras organik justru didapati pada kelompok usia tua dan lanjut usia (51 – >65 tahun) dengan jumlah 5 orang atau 71,4 %. Responden yang lebih sering mengonsumsi beras non organik ini memberikan alasan produk non organik lebih mudah untuk didapatkan dan memiliki harga yang lebih terjangkau. Menurut mereka yang mengonsumsi beras organik, mengonsumsi beras jenis organik mampu membantu untuk memenuhi kebutuhan gizi keluarga mereka.

#### b. Jenis Kelamin

Karakteristik jenis kelamin responden berpengaruh dalam keputusan pembelian. Sikap yang dimiliki laki-laki dan perempuan tentu memiliki perbedaan dalam memutuskan pembelian suatu produk. Karakteristik konsumen beras organik aromatik Botanik berdasarkan jenis kelamin dibedakan menjadi jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Jenis kelamin memberikan pengaruh pada peranan dalam keluarga seorang konsumen. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin disajikan dalam tabel 2 berikut.

Tabel 2 Karakteristik konsumen beras organik aromatik Botanik berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	30	66,6
2.	Perempuan	15	33,3
	Total	45	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 2 menjelaskan bahwa konsumen dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 30 orang dengan presentase 66,6%, sedangkan konsumen perempuan hanya berjumlah 15 orang dengan persentase 33,3%. Berdasarkan data yang terkumpul saat penelitian, dari 45 responden yang merupakan konsumen beras organik aromatik Botanik didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki. Menurut (Nitisusastro, 2013), fungsi laki-laki dalam keluarga adalah sebagai kepala rumah tangga, dengan tugas utama sebagai pencari nafkah bagi kehidupan keluarganya. Dalam menjalankan tugas dan kewajibannya banyak dilakukan di luar rumah. Wewenang laki-laki sebagai kepala rumah tangga bisa dikatakan tidak terbatas. Sebaliknya, sebagai perempuan dalam keluarga memiliki tugas sebagai pendamping suami. Tugas perempuan lebih banyak dilakukan di dalam rumah.

#### c. Jumlah Keluarga

Jumlah anggota keluarga pada umumnya terdiri dari ayah, ibu, anak, dan terkadang terdapat asisten rumah tangga yang juga menjadi tanggungan keluarga. Jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan keluarga memiliki dampak pada jumlah pengeluaran belanja keluarga. Semakin banyak anggota keluarga yang ditanggung maka semakin banyak pula kebutuhan untuk konsumsi keluarganya, sebaliknya jika jumlah anggota keluarganya semakin sedikit maka jumlah belanja keluarganya akan semakin minim. Karakteristik konsumen beras organik aromatik Botanik berdasarkan jumlah anggota keluarga disajikan dalam Tabel 3

Tabel 3 menjelaskan bahwa konsumen beras organik aromatik Botanik yang menjadi responden pada penelitian ini terbanyak adalah memiliki jumlah tanggungan keluarga yaitu sebanyak 3 orang dengan jumlah responden 14 orang serta persentase 31,1%. Setiap anggota keluarga memiliki fungsinya masing-masing dalam proses pembelian suatu hal yang akan dikonsumsi oleh keluarga secara bersama-sama. Berdasarkan hasil penelitian pada keluarga yang memiliki tanggungan sebanyak 3 orang, sebanyak 9 responden mengatakan mendapatkan dorongan dari pihak keluarga untuk mengonsumsi beras organik dan sisanya 5 responden mendapat dorongan mengonsumsi beras organik dari teman, tetangga atau media sosial. Sifat dorongan yang didapat adalah dalam bentuk ajakan untuk mengonsumsi beras organik. Walaupun mendapatkan dorongan dari orang lain namun keseluruhan responden mengatakan tidak ada paksaan dari pihak lain untuk mengonsumsi beras organik aromatik Botanik.

Tabel 3 Karakteristik konsumen beras organik Botanik berdasarkan jumlah keluarga

No.	Jumlah Keluarga	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	1	2	4,4
2.	2	11	24,4
3.	3	14	31,1
4.	4	12	26,8
5.	5	6	13,3
Total		45	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

#### d. Pendidikan

Karakteristik pendidikan responden berpengaruh terhadap kebutuhan dan keinginan seseorang. Ketika melihat sebuah produk, seseorang dengan jenjang pendidikan yang masih rendah akan memiliki wawasan yang lebih terbatas dibandingkan dengan seseorang yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi (Nitisusastro, 2013). Berikut Tabel 4 menunjukkan tingkat pendidikan konsumen beras organik aromatik Botanik.

Tabel 4 Karakteristik konsumen beras organik aromatik Botanik berdasarkan tingkat pendidikan

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SMP	5	11,1
2.	SMA	10	22,2
3.	Perguruan Tinggi	30	66,7
Total		45	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 4 menjelaskan tentang konsumen beras organik aromatik Botanik sebanyak 30 orang dengan persentase 66,6% adalah tamat Perguruan Tinggi (Sarjana). Sebanyak 5 orang konsumen dengan pendidikan terakhir hanya SMP dengan persentase sebesar 11,1%. Pendidikan terakhir konsumen paling banyak adalah perguruan tinggi. Jenjang pendidikan yang telah dijalani oleh konsumen berpengaruh terhadap cara dari setiap konsumen melakukan pencarian informasi mengenai produk yang mereka akan beli. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan formal perguruan tinggi. Responden dengan pendidikan perguruan tinggi lebih menunjukkan kepercayaan mereka terhadap kebaikan yang terkandung dalam produk organik. Menurut (Hidayati, R.; Fariyanti, A.; Kusnadi, 2015), tingkat pendidikan seseorang akan meningkatkan kesadarannya terhadap pentingnya kesehatan bahan pangan yang akan mereka konsumsi. Berdasarkan hasil wawancara sebanyak 18 orang responden dengan pendidikan perguruan tinggi terbiasa mengkonsumsi beras organik dan 12 orang responden berpendidikan perguruan tinggi terbiasa mengkonsumsi beras organik dikombinasikan dengan beras non organik. Responden dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 4 orang terbiasa mengkonsumsi beras organik dan 6 orang terbiasa mengkonsumsi beras organik dengan di kombinasikan dengan beras non organik. Responden dengan pendidikan terakhir SMP sebanyak 1 orang terbiasa mengkonsumsi beras organik dan 4 orang terbiasa mengkonsumsi beras organik dengan dikombinasikan dengan beras non organik.

#### e. Pekerjaan

Karakteristik konsumen beras organik aromatik Botanik berdasarkan jenis pekerjaan dibagi menjadi 2 kelompok yaitu PNS dan Non-PNS. Menurut (Nitisusastro, 2013), di Indonesia jenis pekerjaan sering dibedakan menjadi 2 yaitu pekerja sektor formal dan pekerja sektor non formal. Pekerjaan formal biasanya adalah pekerjaan yang memiliki struktur yang sudah jelas contohnya pemerintahan. Sedangkan pekerjaan non formal adalah pekerjaan yang dimana lingkungan kerjanya biasanya memiliki aturan atau struktur yang lebih fleksibel contohnya

swasta atau bisa juga sebagai pengusaha. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.

**Tabel 5 Karakteristik konsumen beras organik aromatik Botanik berdasarkan jenis pekerjaan**

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Non-PNS	28	62,2
2.	PNS	17	37,8
	Total	45	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 5 menjelaskan bahwa konsumen beras organik aromatik Botanik sebanyak 62,2% sebagai Non-PNS dan PNS sebanyak 37,8%. Perbedaan lingkungan kerja tentu saja akan membedakan pula jenis informasi yang didapatkan oleh setiap orang. Pengetahuan informasi yang didapat mengenai produk beras Botanik mempengaruhi keputusan untuk membeli produk. Hasil wawancara pada responden non-PNS menunjukkan sebanyak 9 orang mengetahui produk beras organik Botanik dari media sosial terutama *facebook* dan koran, 16 orang mengetahui dari keluarga atau tetangga, dan sisanya 3 orang mengetahui dari diri mereka sendiri ketika tidak sengaja melakukan pembelian di toko Botanik. Sedangkan hasil wawancara pada responden PNS hampir seluruhnya yaitu sebanyak 12 orang mengetahui produk ini dari kerabat kerja dan sisanya 5 orang mengetahui dari diri sendiri karena memang produk beras organik Gapoktan Al-Barokah merupakan binaan dari Dinas Pertanian Kabupaten Bondowoso. Responden yang bekerja sebagai PNS tentunya mendapatkan informasi yang lebih cepat mengenai produk beras organik Botanik.

Informasi yang didapat dari lingkungan kerja juga dapat terlihat perbedaannya antara responden PNS dan non-PNS ketika ditanya mengenai pengetahuan mereka tentang produk beras organik selain dengan nama dagang Botanik. Hasil wawancara menunjukkan bahwa keseluruhan responden yang bekerja sebagai kategori non-PNS sama sekali tidak mengetahui merek produk beras organik selain merek Botanik, yang mereka ketahui hanyalah produk beras organik Botanik dan berbagai produk beras non organik yang sudah banyak tersebar di pasaran. Hal ini berbeda dengan ketika peneliti menanyakan pertanyaan yang sama kepada pekerja PNS, beberapa dari mereka 5 orang dari mereka mengaku mengetahui merek beras organik selain Botanik. Ketika responden PNS diberi pertanyaan apakah mereka mengetahui produk beras organik lain bahkan mereka menyebutkan beberapa merek seperti O-Rice, Lereng Raung, dan Sirtanio.

#### f. Pendapatan Perbulan

Menurut (Husodo, S., 2009), menyatakan adanya kecenderungan konsumen dengan pendapatan menengah keatas cenderung lebih memiliki kesadaran akan pentingnya produk ramah lingkungan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang didapatkan yaitu rata-rata responden yang mengkonsumsi beras organik memiliki pendapatan diatas UMK Bondowoso.

Tabel 6 menjelaskan mengenai karakteristik konsumen berdasarkan pendapatan yang didapat per-bulan. Konsumen mayoritas memiliki pendapatan  $> \text{Rp}3.000.000 \leq \text{Rp}4.000.000$  dengan jumlah 16 orang. Konsumen terbanyak kedua memiliki pendapatan  $> \text{Rp}2.000.000 \leq \text{Rp}3.000.000$  dengan jumlah 12 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan jumlah pendapatan sebesar  $\text{Rp}2.000.000 \leq \text{Rp}4.000.000$  sudah adalah kelompok konsumen yang sudah memberikan perhatian pada pola konsumsi yang sehat. Sedangkan konsumen dengan jumlah paling sedikit adalah konsumen dengan rentang pendapatan  $> 6.000.000 \leq 7.000.000$  dan rentang  $> 8.000.000 \leq 9.000.000$  yaitu masing-masing adalah hanya 1 orang. Konsumen dengan pendapatan tinggi pada toko beras organik didapati hanya sedikit, hal ini bisa saja dikarenakan ada segmentasi pasar konsumsi beras merah atau konsumsi beras hitam yang memiliki nilai harga yang lebih mahal lagi.

Tabel 6 Karakteristik konsumen beras organik aromatik Botanik berdasarkan pendapatan perbulan

No.	Pendapatan (Rp)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	> 1.000.000 ≤ 2.000.000	3	6,7
2.	> 2.000.000 ≤ 3.000.000	12	26,7
3.	> 3.000.000 ≤ 4.000.000	16	35,6
4.	> 4.000.000 ≤ 5.000.000	9	20,0
5.	> 5.000.000 ≤ 6.000.000	2	4,4
6.	> 6.000.000 ≤ 7.000.000	1	2,2
7.	> 7.000.000 ≤ 8.000.000	0	0
8.	> 8.000.000 ≤ 9.000.000	1	2,2
Total		45	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

### Kesediaan Membayar (WTP) Konsumen Beras Organik Aromatik Botanik Gapoktan Al-Barokah Di Kabupaten Bondowoso

Harga yang ditetapkan Toko Botanik untuk 1kg beras organik aromatik Botanik adalah Rp 17.500. Kualitas dan keunggulan yang dimiliki oleh beras organik adalah salah satu alasan yang menyebabkan harga beras organik lebih mahal dibandingkan beras non-organik. Oleh sebab itu, pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui seberapa besar kesediaan konsumen untuk membayar (WTP) produk beras organik Botanik di Kabupaten Bondowoso. Untuk mendapatkan nilai WTP dilakukan wawancara langsung kepada konsumen yang dilanjutkan dengan 5 tahapan perhitungan nilai WTP melalui metode *Contingent Valuation Method* (CVM) sebagai berikut:

#### 1. Membuat Hipotesis Pasar

Wawancara langsung kepada konsumen beras organik dilakukan untuk mengetahui hipotesis pasar. Wawancara dilakukan dengan memberikan informasi terkait karakteristik dan kualitas produk. Hal tersebut bertujuan agar konsumen memiliki gambaran situasi pasar hipotetik sehingga dapat menentukan sejumlah uang yang bersedia dibayarkan untuk mendapatkan 1kg beras organik Botanik. Pada tahap ini peneliti memberi beberapa informasi seperti pengertian beras organik, penjelasan singkat terkait budidaya beras organik, manfaat yang dimiliki, dan harga produk tersebut. Selanjutnya responden dapat menentukan harga yang bersedia dibayarkan dari harga yang saat ini berlaku yaitu Rp17.500/kg dan harga beras anorganik sebagai perbandingan yang ditentukan oleh peneliti yaitu sebesar Rp10.000/kg. Pasar hipotesis ini pada dasarnya bertujuan untuk menanyakan langsung kepada responden berapa harga maksimum yang bersedia dibayarkan untuk produk beras organik aromatik Botanik. Responden dapat menentukan harga berapapun sesuai keinginannya tanpa diberi pilihan harga dari peneliti.

#### 2. Mendapatkan Nilai Lelang

Peneliti menggunakan pertanyaan terbuka untuk mengetahui nilai lelang. Cara yang digunakan adalah responden diberi kebebasan untuk menyatakan nilai yang ingin dibayar untuk 1kg beras organik aromatik dengan persepsi individu (responden). Hasil survey terhadap 45 konsumen beras organik aromatik Botanik yang melakukan pembelian secara langsung di toko Botanik Kabupaten Bondowoso menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 22 responden bersedia untuk membayar dengan harga lebih tinggi di atas harga pasar yang berlaku yaitu Rp 17.500/1kg beras organik aromatik Botanik. Sebanyak 13 orang konsumen beras organik aromatik Botanik bersedia membayar dengan harga lebih rendah dari harga yang berlaku di



pasar yaitu Rp17.500/kg beras organik aromatik Botanic. Berikut adalah sebaran nilai atau biaya yang konsumen bersedia bayarkan.

Tabel 7 Nilai WTP, jumlah responden, dan frekuensi kumulatif jumlah responden beras organik aromatik Botanic tahun 2019

No.	Nilai WTP (Rp)	Jumlah Responden	Frekuensi Kumulatif
1	13.000	3	3
2	14.000	3	6
3	15.000	4	10
4	16.000	3	13
5	18.000	12	25
6	19.000	6	31
7	20.000	8	39
8	21.000	3	42
9	22.000	2	44
10	30.000	1	45
Total		45	

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Tabel 7 menunjukkan sebaran harga yang konsumen bersedia bayarkan untuk 1kg beras organik aromatik Botanic. Nilai terendah yang konsumen bersedia bayar adalah Rp 13.000 dan nilai tertinggi yang didapatkan adalah sebesar Rp 30.000. Sebanyak 13 responden tidak bersedia membayar lebih, sedangkan 32 responden bersedia membayar lebih dari harga yang telah ditetapkan oleh Gapoktan Al-Barokah. Nilai WTP yang paling banyak muncul sebagai jawaban kesediaan membayar untuk 1kg beras organik aromatik Botanic adalah Rp 18.000 dengan jumlah responden yang menyatakan hal tersebut sebanyak 12 orang. Sebanyak 13 responden memberikan nilai WTP dibawah harga yang sudah ditentukan oleh Gapoktan Al Barokah. Harga beras organik aromatik Botanic yang berlaku di pasar saat ini sebesar Rp 17.500. Responden yang bersedia membayar lebih rendah dari harga awal produk mengaku harga tersebut terlalu tinggi. Beberapa responden juga mengaku bahwa keadaan ekonominya tidak mendukung untuk membayar lebih produk beras organik aromatik Botanic. Kondisi ekonomi yang tidak mendukung untuk membayar lebih itu disiasati oleh responden dengan melakukan konsumsi beras organik dengan cara mencampurnya dengan beras non organik.

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden bersedia membayar lebih tinggi karena yakin akan keamanan dan kepastian organik dari produk beras organik aromatik Botanic dari segi kualitas produk. Selain itu, para responden yang bersedia membayar lebih juga mengatakan bahwa produk beras organik aromatik Botanic memiliki rasa beras yang nikmat dan tidak ditemukan dalam cita rasa beras non-organik. Kemasan beras organik aromatik Botanic yang higienis juga menjadi alasan beberapa konsumen bersedia membayar lebih tinggi.

### 3. Menghitung Rataan WTP

Nilai rata-rata WTP dihitung berdasarkan nilai lelang yang diperoleh pada tahap dua. Perhitungan ini didasarkan pada nilai rata-rata dan nilai tengah. Nilai rata-rata WTP diperoleh dengan perkalian antara nilai WTP responden dengan frekuensi relatif responden. Dugaan harga maksimum yang konsumen bersedia bayarkan untuk 1kg beras organik aromatik Botanic diperoleh berdasarkan nilai WTP dengan jumlah responden. Data responden beserta harga yang bersedia mereka bayarkan dikelompokkan berdasarkan harga yang sama. Berikut Tabel 8 menjelaskan hasil perhitungan rata-rata nilai WTP konsumen beras organik aromatik Botanic di Kabupaten Bondowoso.

Tabel 8 Nilai WTP, jumlah responden, frekuensi relatif jumlah responden, total wtp, dan mean beras organik aromatik Botanik di Kabupaten Bondowoso tahun 2019

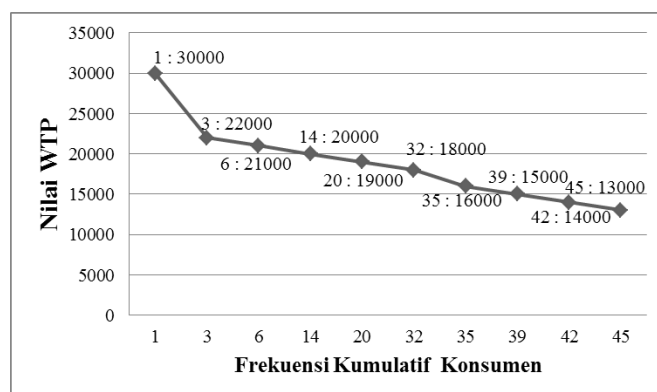
No.	Nilai WTP (Rp)	Jumlah Responden	Frekuensi Relatif	Total WTP (Rp)	Mean WTP (Rp)/Orang
1	13000	3	0,07	39000	866,67
2	14000	3	0,07	42000	933,33
3	15000	4	0,09	60000	1333,33
4	16000	3	0,07	48000	1066,67
5	18000	12	0,27	216000	4800,00
6	19000	6	0,13	114000	2533,33
7	20000	8	0,18	160000	3555,56
8	21000	3	0,07	63000	1400,00
9	22000	2	0,04	44000	977,78
10	30000	1	0,02	30000	666,67
Total		45	1	816000	18133,33

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata yang diperoleh adalah sebesar Rp 18.133,33. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan harga antara harga yang ditetapkan di pasar dengan harga yang konsumen bersedia bayar sebesar Rp 633. Adanya kelebihan harga sebesar Rp 633 tersebut dalam istilah ekonomi disebut surplus konsumen. Meskipun beberapa responden menyebut harga yang produk terlalu mahal, namun sebanyak 32 responden masih bersedia membayar beras organik aromatik Botanik dengan harga yang lebih tinggi.

#### 4. Memperkirakan Kurva Lelang (*Bid Curve*)

Kurva WTP menjelaskan frekuensi responden terhadap setiap penambahan harga WTP konsumen beras organik aromatik Botanik. Kurva WTP dibentuk berdasarkan jumlah kumulatif dari jumlah responden yang memilih suatu nilai WTP tertentu. Asumsi yang digunakan adalah apabila individu yang bersedia membayar suatu nilai tertentu jumlahnya akan semakin sedikit sejajar dengan peningkatan nilai WTP. Kurva WTP memiliki *negative slope* jika semakin tinggi nilai WTP maka semakin sedikit orang yang bersedia membayar dan sebaliknya. Berikut kurva WTP konsumen beras organik aromatik Botanik disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1 Grafik WTP konsumen beras organik aromatik Botanik

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai harga WTP, maka semakin sedikit jumlah responden yang bersedia untuk membayar beras organik aromatik Botanik. Pada kurva diatas dijelaskan bahwa semakin tinggi nilai harga WTP, kenaikan nilai kesediaan membayar konsumen (WTP) semakin sedikit jumlahnya. Kondisi tersebut

sesuai dengan hukum permintaan yang menjelaskan bahwa jumlah barang yang diminta akan berbanding terbalik dengan tingkat harga barang.

#### 5. Mengagregatkan Data

Agregasi data WTP adalah suatu proses dimana nilai rata-rata sampel diubah ke nilai total rata-rata populasi. Nilai agregasi WTP diperoleh dalam hal ini berfungsi untuk melihat potensi finansial yang dapat dihasilkan. Cara yang dilakukan adalah perkalian antara nilai WTP dikalikan dengan jumlah populasi. Jumlah populasi dalam penelitian ini sulit dipastikan maka peneliti menggunakan total penjualan beras organik aromatik tahun 2017 sebesar 156.603 kg seperti yang tertulis pada tabel 3.1. Dengan demikian artinya penerimaan yang didapatkan adalah  $Rp\ 18.133 \times 156.603 = Rp\ 2.839.733.878$  dalam satu tahun. Sedangkan penerimaan yang didapat ketika menggunakan harga  $Rp\ 17.500$  adalah  $Rp\ 17.500 \times 156.603 = Rp\ 2.740.552.500$  dalam satu tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa potensi finansial yang dapat dihasilkan dari produk beras organik aromatik Botanik adalah sebesar  $Rp\ 99.181.378$  dalam satu tahun.

#### Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar Konsumen Beras Organik Aromatik Botanik Bondowoso

Aplikasi yang digunakan untuk menguji rumusan masalah ketiga ini adalah dengan IBM SPSS *statistics* versi 23. Taraf nyata yang digunakan dalam menguji signifikansi adalah  $\alpha = 5\%$ , artinya tingkat kepercayaan hasil penelitian ini sebesar 95%. Sebelum menginterpretasi hasil output dari SPSS, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik regresi untuk melihat kevalidan regresi dalam memprediksi hasil. Peneliti melakukan beberapa pengujian yaitu: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, dan (4) uji autokorelasi. Hasil dari uji asumsi klasik pada model menunjukkan bahwa model tersebut sudah *BLUE (Best Linier Unbiased Estimators)* sehingga dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya. Uji statistik yang digunakan yaitu koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji statistik F, dan uji statistik T. Tabel 4.4.2 menunjukkan hasil analisis menggunakan alat bantu SPSS 23.

Tabel 9 Hasil analisis regresi linier berganda pada faktor-faktor yang mempengaruhi kesiediaan membayar konsumen beras organik aromatik Botanik

Variabel	Koef. Regresi	t hitung	Sig.
Konstanta	20.969,360	7,076	0,000
Usia ( $X_1$ )	-89,108	-2,142	0,039
Jenis Kelamin ( $D_1$ )	1.378,441	1,961	0,057
Jumlah Anggota Keluarga ( $X_2$ )	-703,338	-1,817	0,077
Pendidikan ( $X_3$ )	-388,233	-2,518	0,016
Jenis Pekerjaan ( $D_2$ )	3.436,043	3,794	0,001
Kepedulian Pangan Sehat ( $D_3$ )	2.479,736	2,790	0,008
Pendapatan ( $X_4$ )	0,001	4,288	0,000
Durbin Watson	1,696		
F-hitung	7,848	F-tabel	2,349
t-tabel	2,024		
Adjusted R Square	0,521		

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

##### a. Koefisien determinasi (Adj. $R^2$ )

Nilai Adjusted  $R^2$  digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dalam model regresi terhadap variabel dependen terkait dengan analisis regresi faktor-faktor yang mempengaruhi kesiediaan membayar beras organik aromatik Botanik di Kabupaten Bondowoso. Hasil dari analisis menunjukkan nilai adjusted  $R^2$  adalah sebesar 0,521 atau 52,1%. Nilai tersebut menjelaskan bahwa sebesar 52,1% nilai WTP beras organik aromatik

Botanik dipengaruhi dan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang ada pada model. Sisanya sebesar 47,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang berada diluar model.

#### b. Uji Statistik F

Uji Statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang ada di dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai dari hasil uji F yaitu nilai signifikansi ANOVA adalah  $0,000 < 0,05$  dan F-hitung sebesar 7,848  $>$  F-tabel sebesar 2,349. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (usia, jenis kelamin, jumlah anggota keluarga, pendidikan, pekerjaan, kepedulian terhadap pangan sehat dan pendapatan) berpengaruh secara nyata terhadap variabel dependen (nilai WTP beras organik aromatik Botanik di Kabupaten Bondowoso).

##### 1. Variabel Usia ( $X_1$ )

Variabel usia ( $X_1$ ) memiliki nilai koefisien regresi sebesar - 89,108. Nilai tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi umur seseorang maka akan menurunkan nilai WTP konsumen sebesar Rp 89. Nilai t hitung yaitu sebesar -2,142  $>$  t tabel sebesar 2,024, maka  $H_0$  ditolak artinya variabel usia ( $X_1$ ) berpengaruh secara nyata terhadap nilai WTP konsumen beras organik aromatik Botanik. Variabel usia juga dinyatakan berpengaruh secara nyata terhadap nilai WTP konsumen dengan nilai signifikansi sebesar  $0,039 < 0,05$  dengan taraf kepercayaan 95%.

Variabel usia memiliki korelasi yang negatif terhadap nilai WTP. Berdasarkan hasil analisis setiap peningkatan usia konsumen maka kesediaan dalam membayar beras organik aromatik Botanik akan semakin rendah. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian (Rahayu, A.D.; Hapsari, T.D.; Adam, 2017), dengan judul “Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Beras Cerdas CV An-Nahlah di Kabupaten Jember” yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkatan kelompok usia maka akan meningkatkan nilai WTP. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di toko Botanik, menunjukan bahwa mayoritas konsumen yang melakukan pembelian beras organik aromatik Botanik berusia lanjut usia biasanya memiliki kondisi ekonomi yang kurang mendukung untuk bersedia membayar lebih produk beras organik Botanik.

##### 2. Variabel Jumlah Anggota Keluarga ( $X_2$ )

Variabel Jumlah Anggota Keluarga ( $X_2$ ) memiliki nilai koefisien regresi sebesar - 703,338. Nilai tersebut menunjukkan bahwa meningkatnya jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan sebanyak 1 jiwa maka akan menurunkan nilai WTP konsumen sebesar Rp 703. Nilai t hitung yaitu sebesar -1,187  $<$  t tabel sebesar 2,024, maka  $H_0$  diterima artinya variabel usia ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara nyata terhadap nilai WTP konsumen beras organik aromatik Botanik. Variabel jumlah anggota keluarga juga dinyatakan tidak berpengaruh secara nyata terhadap nilai WTP konsumen dengan nilai signifikansi sebesar  $0,077 > 0,05$  dengan taraf kepercayaan 95%.

Berdasarkan hasil wawancara pada konsumen beras organik aromatik Botanik terdapat beberapa responden yang menjelaskan bahwa mereka melakukan pembelian beras organik karena salah satu anggota keluarga mereka mengalami sakit diabetes sehingga mereka berkeyakinan mencari jalan keluar pengobatan dengan memberikan beras organik pada anggota keluarga tersebut namun beberapa anggota keluarga yang lain ada yang tetap mengkonsumsi beras non organik. Sumber pengaruh pembelian juga tergantung dari jenis barang yang akan dibeli. Peranan setiap anggota dalam membeli berbeda-beda menurut macam keinginan anggota keluarga yang berbeda.

##### 3. Variabel Jenis Kelamin ( $D_1$ )

Variabel jenis kelamin pada penelitian ini dibedakan menggunakan variabel *dummy*, yaitu perempuan diberi nilai 0 dan laki-laki diberi nilai 1. Berdasarkan hasil perhitungan, variabel jenis kelamin memiliki nilai koefisien regresi positif dengan nilai sebesar 1.378,441. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden laki-laki memiliki nilai WTP lebih tinggi sebesar

Rp1.378,441 dibanding dengan konsumen berjenis kelamin perempuan. Nilai  $t$  hitung sebesar  $1,961 < 2,024$ , maka  $H_0$  diterima artinya variabel jenis kelamin ( $D_1$ ) tidak berpengaruh secara nyata terhadap nilai WTP beras organik aromatik Botanik. Nilai signifikansi variabel jenis kelamin ( $D_1$ ) sebesar  $0,057 > 0,05$  artinya variabel jenis kelamin ( $D_1$ ) tidak berpengaruh secara nyata terhadap nilai WTP konsumen beras organik aromatik Botanik dengan taraf kepercayaan 95%.

Hasil perhitungan terkait variabel jenis kelamin menunjukkan bahwa responden laki-laki bersedia membayar lebih tinggi dibandingkan responden perempuan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 6 orang konsumen perempuan mengatakan bahwa tidak bersedia membayar lebih karena perempuan memikirkan kebutuhan keluarga yang cenderung menekan kebutuhan dapur. Pengakuan responden laki-laki tertarik untuk membeli produk ini karena meyakini bahwa memiliki banyak manfaat dan rasa yang lebih nikmat dibanding beras non organik. (Machfoedz, 2005), mengatakan Istri dalam keluarga umumnya bertindak sebagai unsur penentu dalam pembelian kebutuhan rumah tangga terutama dalam hal makanan, berbagai kebutuhan rumah, dan pakaian. Tetapi, dengan berkembangnya berbagai profesi yang menjadikan banyak wanita bekerja sehingga istri tidak lagi hanya berperan sebagai ibu rumah tangga. Kondisi ini mengubah anggapan bahwa hanya istri yang merupakan pembeli tunggal untuk barang kebutuhan sehari-hari.

#### 4. Variabel Tingkat Pendidikan ( $X_3$ )

Pada penelitian ini variabel tingkat pendidikan dibagi menjadi 2 kelompok yaitu SMA dan Perguruan Tinggi (S1/D3). Nilai koefisien regresi variabel tingkat pendidikan yaitu sebesar -388,233. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 tahun pendidikan akan menurunkan nilai WTP sebesar Rp 388 per 1000gram beras organik aromatik Botanik. Nilai  $t$ -hitung sebesar  $2,518 > 2,024$ , maka  $H_0$  ditolak artinya variabel tingkat pendidikan ( $X_3$ ) berpengaruh secara nyata terhadap nilai WTP beras organik aromatik Botanik. Variabel tingkat pendidikan ( $X_3$ ) juga dinyatakan berpengaruh secara nyata berdasarkan nilai signifikansi yaitu sebesar  $0,016 < 0,05$  dengan taraf kepercayaan 95%.

Variabel pendidikan memiliki korelasi yang negatif terhadap nilai WTP. Berdasarkan hasil analisis semakin tinggi tingkat pendidikan maka akan semakin menurunkan nilai WTP. Pendidikan akan berpengaruh pada informasi dan pengetahuan. Semakin tinggi pendidikan seseorang juga akan mampu membuat pemikiran seseorang lebih terbuka. Berdasarkan hasil wawancara terhadap responden diketahui bahwa tingkat pendidikan responden sebagian besar adalah Perguruan Tinggi/Sederajat. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum tingkat pendidikan responden sangat baik, sehingga pengetahuan dan kesadaran akan pentingnya kesehatan lebih tinggi. Hal ini berdampak pada ragam pangan yang akan dijadikan dikonsumsi. Selaras dengan hal tersebut, dalam penelitian ini pada beberapa konsumen beras organik Botanik yang telah memiliki pendidikan sarjana menjelaskan bahwa mereka tidak ingin membayar lebih dari harga beras organik Botanik. Ketidak inginan membayar lebih itu karena mereka berpikiran bahwa pola hidup yang sehat tidak hanya dipengaruhi oleh konsumsi beras organik saja namun ragam pangan yang lain juga berpengaruh.

#### 5. Variabel Jenis Pekerjaan ( $D_2$ )

Variabel jenis pekerjaan pada penelitian ini dibedakan menggunakan variabel *dummy* dengan non PNS diberi nilai 0 dan PNS diberi nilai 1. Variabel jenis pekerjaan memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 3.436,043. Nilai tersebut menunjukkan konsumen PNS bersedia membayar lebih tinggi sebesar Rp 3.436 dibanding konsumen yang Non PNS. Nilai  $t$ -hitung sebesar  $3,794 > 2,024$ , maka  $H_0$  ditolak artinya variabel jenis pekerjaan ( $D_2$ ) berpengaruh secara nyata terhadap nilai WTP beras organik aromatik Botanik. Variabel jenis pekerjaan ( $D_2$ ) juga dinyatakan berpengaruh secara nyata berdasarkan nilai signifikansi yaitu sebesar  $0,001 < 0,05$  dengan taraf kepercayaan 95%.

Jenis pekerjaan responden pada penelitian berpengaruh secara signifikan atau nyata terhadap kesediaan membayar konsumen. Pendidikan akan mempengaruhi pekerjaan yang

dilakukan oleh konsumen. Jenis pekerjaan kemudian akan mempengaruhi pendapatan yang konsumen terima. Selanjutnya pendapatan akan mempengaruhi proses keputusan dan pola konsumsi yang akan mempengaruhi daya beli konsumen terhadap suatu produk. Hasil wawancara pada penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen PNS lebih memiliki loyalitas terhadap produk beras organik aromatik Botanik. Hal itu juga dipengaruhi karena produk beras organik Botanik merupakan binaan dari Dinas Pertanian Bondowoso. Responden dengan pekerjaan PNS maupun Non PNS menunjukkan pemikiran atau sudut pandang terhadap beras organik aromatik Botanik tidak terlalu beda. Seluruh responden baik yang bekerja sebagai pegawai maupun non-pegawai menilai bahwa produk beras Botanik memiliki manfaat yang lebih baik dibanding beras non organik.

#### 6. Variabel Pendapatan ( $X_6$ )

Variabel pendapatan ( $X_6$ ) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,001. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap penambahan pendapatan sebesar Rp 1,- maka akan meningkatkan nilai WTP konsumen sebesar Rp 0,001,. Nilai t hitung yaitu sebesar  $4,288 > t$  tabel sebesar 2,024, maka  $H_0$  ditolak artinya variabel pendapatan perbulan ( $X_6$ ) berpengaruh secara nyata terhadap nilai WTP konsumen beras organik aromatik Botanik. Variabel pendapatan perbulan juga dinyatakan berpengaruh secara nyata terhadap nilai WTP konsumen dengan nilai signifikansi t-hitung sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan taraf kepercayaan 95%.

Variabel pendapatan memiliki korelasi yang positif terhadap nilai WTP. Berdasarkan hasil penelitian semakin tinggi pendapatan seseorang responden maka akan meningkatkan kemauan responden tersebut untuk membayar lebih pada produk beras organik aromatik Botanik diatas harga yang berlaku di pasar yaitu Rp17.500. Variabel pendapatan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan menentukan seberapa besar harga kesediaan membayar atau WTP beras organik aromatik Botanik. Pada penelitian ini, pendapatan yang dimaksud adalah jumlah uang yang didapat oleh responden dalam waktu satu bulan. Berdasarkan hasil analisis presentase tertinggi kesediaan membayar beras organik aromatik Botanik berada pada pendapatan  $> 3.000.000 \leq 4.000.000$  sebanyak 35,6 %.

#### 7. Variabel Kepedulian Pangan Sehat ( $D_3$ )

Variabel kepedulian pangan sehat pada penelitian ini dibedakan menggunakan variabel *dummy*, yaitu konsumen yang tidak peduli terhadap bahan pangan sehat diberi nilai 0 dan konsumen yang peduli dengan bahan pangan sehat diberi nilai 1. Variabel kepedulian pangan sehat memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 2479,736. Nilai tersebut menunjukkan konsumen yang peduli terhadap bahan pangan sehat bersedia membayar lebih tinggi sebesar Rp 2.479,736 dibanding konsumen yang tidak peduli terhadap bahan pangan sehat. Nilai t-hitung sebesar  $2,790 > 2,024$ , maka  $H_0$  ditolak artinya variabel kepedulian bahan pangan sehat ( $D_3$ ) berpengaruh secara nyata terhadap nilai WTP beras organik aromatik Botanik. Variabel kepedulian bahan pangan sehat ( $D_3$ ) juga dinyatakan berpengaruh secara nyata berdasarkan nilai signifikansi yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan taraf kepercayaan 95%.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Toko Botanik dengan jumlah responden 45 didapatkan karakteristik konsumen beras organik aromatik Botanik adalah mayoritas berusia separuh baya berjenis kelamin laki-laki yang memiliki jenjang pendidikan perguruan tinggi dengan pekerjaan non-PNS dan memiliki penghasilan antara  $> 3.000.000 \leq 4.000.000$  serta sudah memiliki jumlah tanggungan anggota keluarga 3 orang. Hasil perhitungan analisis *willingness to pay* produk beras organik aromatik Botanik adalah Rp 18.133 per 1kg, lebih tinggi apabila dibandingkan dengan harga yang berlaku di toko yaitu Rp 17.500 dengan demikian artinya terdapat surplus konsumen sebesar Rp 633. Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier berganda mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai WTP dari 7 faktor yang diujikan terdapat 5 faktor yang berpengaruh secara signifikan. Faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap

kesediaan membayar beras organik aromatik Botanik dianalisis menggunakan SPSS 23 dengan taraf kepercayaan 95% adalah usia, pendidikan, jenis pekerjaan, kepedulian pangan sehat, dan pendapatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, A. (2004). *Ekonomi Sumber daya alam dan Lingkungan Teori dan Aplikasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Grasindo.
- Hidayati, R.; Fariyanti, A.; Kusnadi, N. (2015). Analisis Preferensi Risiko Petani Pada Usahatani Kubis Organik di Kecamatan Baso, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 3(1), 25–37.
- Husodo, S., dan B. (2009). Willingness to Pay Konsumen Terhadap Produk Pertanian Organik (Studi Kasus di Kodya Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Pertanian*, 3(1), 31–37.
- Idaman, N.; Yuliati, L. N. . R. (2012). Sikap Konsumen terhadap beras Organik. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 9(2), 117–126.
- Machfoedz, M. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern*. UPP AMP YKPN.
- Mayrowani, H. (2012). Pengembangan Pertanian Organik di Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 30(2), 91–108.
- Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta Bandung.
- Nugroho, B., Y., H.; Wulandari, S., Y.; Ridlo, A. (2015). Analisis Residu Pestisida Organa fosfat di Perairan Mlonggo Kabupaten Jepara. *Jurnal Oseanografi*, 4(3), 541–544.
- Nur, M. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan corporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Nominal*, 1(1), 22–34.
- Rahayu, A.D.; Hapsari, T.D.; Adam, J. (2017). ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (WILLINGNESS TO PAY) BERAS CERDAS CV AN – NAHLAH DI KABUPATEN JEMBER. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 10(1), 17–30.
- Riana, E.T.; Mukson; Roessali, W. (2019). ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (WILLINGNESS TO PAY) KONSUMEN TERHADAP BERBAGAI JENIS BERAS ORGANIK DI KOTA SEMARANG (KASUS DI PASAR MODERN GELAE SIGNATURE). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 3(4), 689–700.
- Rondhi, M. (2016). *Sekilas Pengertian Willingness To Pay dan Pengukurannya dalam Modul Kebijakan dan Peraturan Bidang Pertanian*. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Setiyadi, H.; Hartono, S.; Darwanto, D. H. (2016). Consumer Willingness to Pay of Organic Rice and The Factors which Affected in Pontianak. *Ilmu Pertanian (Agricultural Science)*, 1(3), 130–136.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sumarni, Murti; Salamah, W. (2005). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi Yogyakarta.