

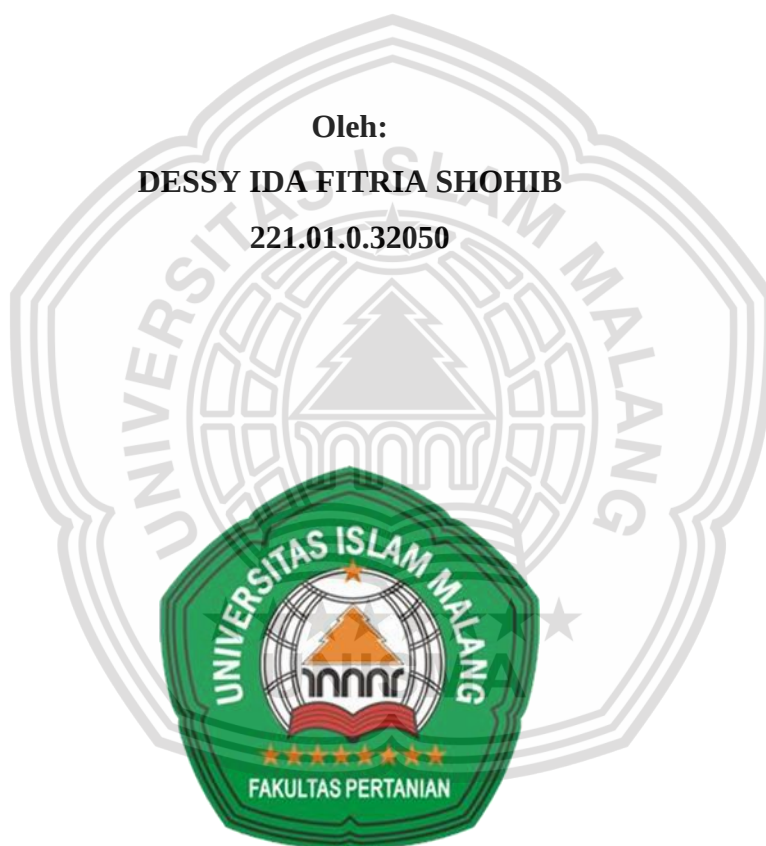
**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*)
KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BERAS ORGANIK WELLFARM
(STUDI KASUS MASYARAKAT DI KECAMATAN KLOJEN)**

SKRIPSI

Oleh:

DESSY IDA FITRIA SHOHIB

221.01.0.32050



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG**

2025

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (WILLINGNESS TO PAY)
KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BERAS ORGANIK WELLFARM
(STUDI KASUS MASYARAKAT DI KECAMATAN KLOJEN)**

SKRIPSI

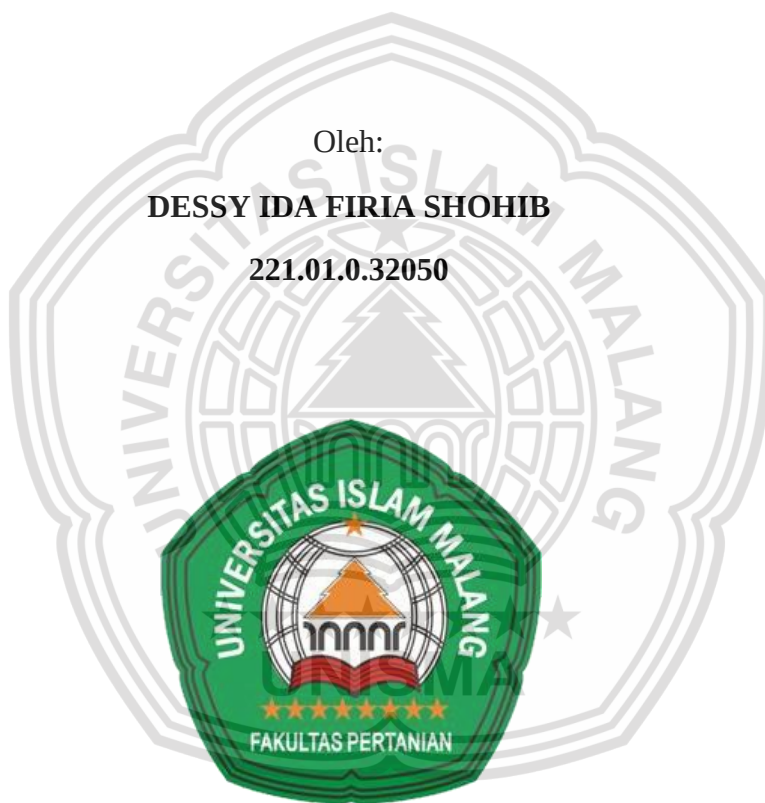
Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh:

DESSY IDA FIRIA SHOHIB

221.01.0.32050



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (WILLINGNESS TO PAY) KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BERAS ORGANIK WELLFARM (STUDI KASUS MASYARAKAT DI KECAMATAN KLOJEN)

Nama : DESSY IDA FITRIA SHOHIB

NPM : 221.01.0.32050

Program Studi : AGRIBISNIS

Fakultas : PERTANIAN

Menyetujui

Dosen Pembimbing I



Ir. M. Noerhadi Sudjoni, MBA., MP.
NPP. 1910200031

Dosen Pembimbing II



Lia Rohmatul Maula, SP., MP.
NPP. 192909199432239



SPin: Dekan Fakultas Pertanian

Dr. Dwi Susilowati, SP., MP.
NPP. 1990200010



Ketua Program Studi Agribisnis

Arief Joko Saputra, SP., MP.
NPP. 212511199532150

Lulus Tanggal: / / 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (WILLINGNESS TO PAY) KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BERAS ORGANIK WELLFARM (STUDI KASUS MASYARAKAT DI KECAMATAN KLOJEN)

Nama : DESSY IDA FITRIA SHOHIB

NPM : 221.01.0.32050

Program Studi : AGRIBISNIS

Fakultas : PERTANIAN

Mengesahkan,
Majelis Penguji

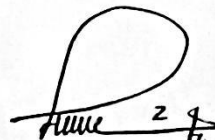


Dina Kartika Sari, SP., MP.

Ketua



Ir. M. Noerhadi Sudjoni, MBA., MP.
Anggota



Lia Rohmatul Maula, SP., MP.
Anggota

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dessy Ida Fitria Shohib

NPM : 221.01.0.32050

Program Studi : Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Judul Penelitian : Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen terhadap Pembelian Beras Organik Wellfarm (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Klojen)

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa didalam skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam skripsi ini terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi ini dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-Undang Republik Indonesia No.12 Tahun 2012, pasal 28 ayat 5 yang berbunyi “Gelar akademik, gelar vokasi, atau gelar profesi yang dinyatakan tidak sah dan dicabut oleh Perguruan Tinggi apabila karya ilmiah yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik, gelar vokasi, atau gelar profesi terbukti merupakan hasil jiplakan atau plagiat”, dan pasal 42 ayat 3 yang berbunyi “Lulusan Pendidikan Tinggi yang menggunakan karya ilmiah untuk memperoleh ijazah dan gelar, yang terbukti merupakan hasil jiplakan atau plagiat, ijazahnya dinyatakan tidak sah dan gelarnya dicabut oleh Perguruan Tinggi”.

Malang, 7 Maret 2025

Mahasiswa



Dessy Ida Fitria Shohib

NPM. 221.01.0.32050

MOTTO dan PERSEMBAHAN

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apa pun, niscaya dia akan melihat (balasannya)nya.”

(Q.S Al Zalzalah: 7)



Skripsi ini kupersembahkan

Sebagai kebanggaan dan tanda baktiku

Kepada orang tuaku

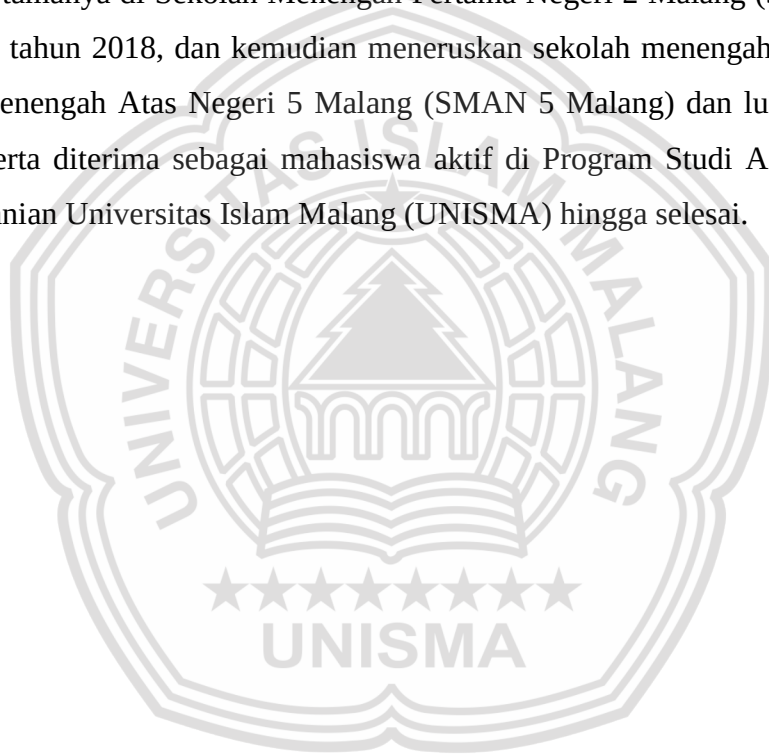
Ayahanda M. Shohib dan

Ibunda Winarni

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Dessy Ida Fitria Shohib, dilahirkan di Kota Malang tepatnya di Kelurahan Kasin RT 003, RW 008, Kecamatan Klojen, pada tanggal 04 Desember 2002 sebagai putri dari pasangan Bapak M. Shohib dan Ibunda Winarni. Penulis menyelesaikan pendidikan dasarnya di Sekolah Dasar Negeri Kasin Malang (SDN Kasin Malang) pada tahun 2015, kemudian menyelesaikan pendidikan menengah pertamanya di Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Malang (SMPN 2 Malang) pada tahun 2018, dan kemudian meneruskan sekolah menengah atasnya di Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Malang (SMAN 5 Malang) dan lulus pada tahun 2021 serta diterima sebagai mahasiswa aktif di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang (UNISMA) hingga selesai.



UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. M. Noerhadi Sudjoni, MBA., MP., selaku dosen pembimbing I, Ibu Lia Rohmatul Maula, SP., MP., selaku dosen pembimbing II dengan sepenuh hati dan penuh kesabaran memberikan waktu untuk membimbing serta mengarahkan sehingga skripsi dapat terselesaikan tepat waktu.
2. Bapak Arief Joko Saputro S.P., M.P. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.
3. Ibu Dr. Ir. Anis Rosyidah, MP., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.
4. Prof. Dr. H. Junaidi, M.Pd., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Malang.
5. Bapak M. Shohib dan Ibu Winarni selaku orang tua penulis atas dukungan, bimbingan, doa, kesabaran dan kasih sayang yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
6. Ibu Fera Yuliati dan Ibu Diana Wulandari serta seluruh keluarga penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan kasih sayang bagi penulis.
7. Ahmad Kamil Arifin, Muhammad Husnul Makarim, Fitria Ayu Nandhita, Marcella Aurelya Agitha, Siti Rohmatul Mudawamah, dan Nabilla Ardiyan Putri selaku teman selama masa perkuliahan atas dukungan, doa serta kerjasamanya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Elfreda Almira Alodia, Afifah Adillah, Achmad Firdaus Rahmatullah Ifantoro, Attila Dilan Krisnaya, dan Muhammad Garry Fernando Jaya Saputra Basuki selaku orang terdekat semasa SMP atas dukungan serta kerjasamanya sehingga menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
9. Putri Wahyuningtias, Athirah Atikah, Annisa Mufi A'tul Hamidah, Berlian Permata Nirwana, Rina Adhista, Septiani Cahyaning Putri, Adeilia Alvarizti Hari Putri, Marsha Anjani Gusmiarni, dan Arie Permana Ganjar Yuliantono selaku orang-orang terdekat semasa SMA atas dukungan serta kerjasamanya sehingga menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
10. Kepada Dessy Ida Fitria Shohib, ya, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah

dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati semua prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah.

Terimakasih sudah bertahan sejauh ini :).

Terimakasih kepada semua pihak-pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Aamiin.

Malang, 7 Maret 2025

Penulis



RINGKASAN

Dessy Ida Fitria Shohib (22101032050) Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen terhadap Pembelian Beras Organik (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Klojen). Dosen Pembimbing:

1. Ir. M. Noerhadi Sudjoni, MBA., MP. 2. Lia Rohmatul Maula, SP., MP.

Beras merupakan makanan pokok yang menjadi sumber utama karbohidrat bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Dimana masyarakat Indonesia sendiri lebih banyak mengonsumsi beras non-organik dibandingkan dengan beras organik. Hal tersebut dikarenakan harga beras non-organik lebih terjangkau serta ketersediaan dan aksesibilitasnya yang mudah diakses oleh masyarakat. Akan tetapi, kini kesadaran masyarakat mengenai gaya hidup sehat semakin meningkat. Meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai gaya hidup sehat dan keberlanjutan lingkungan tersebut telah mendorong permintaan yang lebih besar terhadap pangan sehat, termasuk beras organik. Harga beras organik yang lebih mahal daripada beras non-organik dapat mempengaruhi kesiediaan konsumen dalam membayarnya. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis estimasi kesiediaan membayar konsumen terhadap pembelian beras organik, serta untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kesiediaan membayar konsumen terhadap beras organik.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Klojen, Kota Malang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*, dengan menggunakan rumus *Lemeshow*. Dari hasil perhitungan maka sampel yang digunakan adalah 45 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, dan untuk menganalisis tujuan pertama menggunakan metode analisis *Contingent Valuation Method* (CVM) untuk mengetahui besarnya nilai harga beras organik yang bersedia dibayar (Nilai WTP), serta persentase perubahan nilai harga tersebut terhadap harga awal yang berlaku dengan menggunakan metode *bidding games* pada instrument kuisioner yang digunakan. Sedangkan untuk menjawab tujuan kedua menggunakan analisis regresi logistik, yaitu mengenai apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi *Willingness to Pay* konsumen terhadap beras organik Wellfarm.

Berdasarkan pada hasil analisis CVM, diketahui bahwa jumlah responden yang bersedia membayar lebih pada produk beras organik Wellfarm sebanyak 33 orang responden dengan persentase 73,3% dimana 58% bekerja yang mayoritasnya bekerja sebagai pegawai negeri maupun swasta dan yang menyatakan tidak bersedia membayar lebih sebanyak 12 orang responden dengan persentase 26,7%. Nilai WTP maksimal yang diperoleh pada beras putih organik Wellfarm yaitu sebesar Rp 43.178,00 dengan persentase perubahan harganya adalah 7,3%; sedangkan nilai WTP maksimal yang diperoleh pada beras merah organik Wellfarm yaitu sebesar Rp 44.911,00 dengan persentase perubahan harganya adalah 6,6%.

Dari hasil analisis regresi logistik diketahui bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap WTP konsumen beras organik Wellfarm adalah pekerjaan (X_3) dengan nilai signifikansinya 0,019; pengeluaran konsumen (X_4) dengan nilai signifikansinya 0,045; kepedulian (X_5) dengan nilai signifikansinya 0,045; dan keyakinan (X_6) dengan nilai signifikansinya 0,058. Sedangkan faktor yang tidak mempengaruhi adalah jenis kelamin (X_1), tingkat pendidikan (X_2), harga (X_7), dan akses produk (X_8) dikarenakan nilai signifikansinya $> 0,05$.

Dari hasil penelitian tersebut maka peneliti menyarankan bahwa konsumen dapat beralih mengonsumsi beras organik sebagai gaya hidup yang lebih sehat karena kualitasnya lebih baik, selain lebih aman dikonsumsi karena tidak mengandung bahan/residu kimia, juga memiliki kandungan yang lebih sehat dan bernutrisi, sehingga dapat membantu mengurangi risiko konsumen terkena penyakit kronis. Sedangkan bagi perusahaan atau produsen dapat melakukan inovasi produk beras organik agar dapat menghindari kebosanan konsumen terhadap kualitas beras organik, terutama pada merek lokal. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengembangkan varian baru seperti campuran multigrain maupun dengan menggunakan ukuran yang praktis seperti 500 g atau kemasan siap masak. Selain itu, hasil penelitian analisis logit terhadap WTP beras organik dapat menjadi acuan perusahaan beras organik dalam peningkatan penjualan. Dimana hal tersebut dapat dilakukan dengan memfokuskan promosi beras organik pada pekerja formal yang mana cenderung memiliki pendapatan tetap. Selain itu juga dapat dilakukan dengan memfokuskan branding produk premium, sertifikasi organik resmi, dan pemasaran di supermarket/*online marketplace*. Hal tersebut sesuai dengan data penelitian yang mana mayoritasnya adalah pegawai negeri maupun swasta yang memiliki pengeluaran tinggi tiap bulannya (kelas menengah ke atas) dan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kesehatan karena mereka yakin bahwa kualitas beras organik lebih baik dan lebih aman dikonsumsi karena bebas dari bahan kimia. Peneliti juga menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian terhadap variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti faktor sosial ekonomi seperti jumlah anggota keluarga dan pendapatan; atribut produk seperti merek maupun citra merek, desain, kemasan, dan layanan penjualan maupun purna jual; dan 7P seperti promosi. Selain itu, peneliti juga menyarankan pengembangan yang lebih luas bagi peneliti selanjutnya mengenai kesediaan membayar lebih produk beras organik, dikarenakan studi terhadap produk yang terbatas. Sehingga peneliti dan pembaca selanjutnya dapat memperoleh dasar yang lebih kuat untuk pengembangan studi yang lebih akurat.

SUMMARY

Dessy Ida Fitria Shohib (22101032050) Analysis of Consumer Willingness to Pay for Organic Rice Purchases (Case Study of the Community in Klojen District). Advisor Lecturer:

1. Ir. M. Noerhadi Sudjoni, MBA., MP. 2. Lia Rohmatul Maula, SP., MP.

Rice is a staple food that is the main source of carbohydrates for most Indonesians. Indonesians consume more non-organic rice than organic rice. This is because non-organic rice is more affordable and readily available to the public. However, public awareness of healthy lifestyles is now increasing. This growing awareness of healthy lifestyles and environmental sustainability has driven greater demand for healthy foods, including organic rice. The higher price of organic rice compared to non-organic rice can affect consumers' willingness to pay for it. Therefore, the purpose of this study is to analyze consumers' estimated willingness to pay for organic rice, as well as to analyze the factors that influence consumers' willingness to pay for organic rice.

This study was conducted in Klojen District, Malang City, using accidental sampling technique with Lemeshow's formula. Based on the calculation results, the sample used consisted of 45 respondents. This study used a quantitative descriptive analysis method, and to analyze the first objective, it used the Contingent Valuation Method (CVM) to determine the willingness to pay (WTP) for organic rice, as well as the percentage change in price from the initial price using a bidding games method in the questionnaire instrument used. Meanwhile, to answer the second objective, logistic regression analysis was used to determine the factors that influence consumers' Willingness to Pay for Wellfarm organic rice.

Based on the results of the CVM analysis, it was found that 33 respondents were willing to pay more for Wellfarm organic rice, representing 73.3% of the total respondents, 58% of whom were employed, mostly as civil servants or private sector employees, while 12 respondents, representing 26.7% of the total, were not willing to pay more. The maximum WTP value obtained for Wellfarm organic white rice was IDR 43,178.00 with a price change percentage of 7.3%; while the maximum WTP value obtained for Wellfarm organic brown rice was IDR 44,911.00 with a price change percentage of 6.6%.

From the results of logistic regression analysis, it is known that the variables that significantly affect the WTP of Wellfarm organic rice consumers are occupation (X3) with a significance value of 0.019; consumer expenditure (X4) with a significance value of 0.045; concern (X5) with a significance value of 0.045; and confidence (X6) with a significance value of 0.058. Meanwhile, the factors that did not have an influence were gender (X1), education level (X2), price (X7), and product access (X8) because their significance values were > 0.05 .

Based on the results of this study, the researchers suggest that consumers switch to consuming organic rice as a healthier lifestyle choice because it is of better quality, safer to consume as it does not contain chemicals or residues, and has healthier and more nutritious content, thereby helping to reduce the risk of consumers developing chronic diseases. Meanwhile, companies or producers can innovate organic rice products to avoid consumer boredom with the quality of organic rice, especially local brands. This can be done by developing new variants such as multigrain mixtures or using practical sizes such as 500 g or ready-to-cook packaging. Additionally, the results of the logit analysis of WTP for organic rice can serve as a reference for organic rice companies to increase sales. This can be done by focusing organic rice promotions on formal workers, who tend to have a steady income. Furthermore, it can also be done by focusing on premium product branding, official organic certification, and marketing in supermarkets/online marketplaces. This is in line with research data, which shows that the majority of respondents are civil servants and private sector employees who have high monthly expenses (upper middle class) and are highly concerned about health because they believe that organic rice is of better quality and safer to consume as it is free from chemicals. The researchers also suggest that future researchers conduct studies on other variables not included in this study, such as socioeconomic factors such as family size and income; product attributes such as brand and brand image, design, packaging, and sales and after-sales services; and the 7Ps such as promotion. In addition, researchers also suggest further development for subsequent researchers regarding the willingness to pay more for organic rice products, due to the limited scope of the study. This will enable subsequent researchers and readers to obtain a stronger basis for developing more accurate studies.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat meyajikan tulisan disetasi yang berjudul Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen terhadap Pembelian Beras Organik Wellfarm (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Klojen).

Di dalam tulisan ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi informasi terkait dengan beras organik serta willingness to pay yang memengaruhi kesiediaan membayar konsumen terhadap pembelian beras organik. Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerahkan dengan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih dirasakan banyak kekurangtepatan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 7 Maret 2025

Dessy Ida Fitria Shohib

RINGKASAN

Dessy Ida Fitria Shohib (22101032050) Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen terhadap Pembelian Beras Organik (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Klojen). Dosen Pembimbing:

1. Ir. M. Noerhadi Sudjoni, MBA., MP. 2. Lia Rohmatul Maula, SP., MP.

Beras merupakan makanan pokok yang menjadi sumber utama karbohidrat bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Dimana masyarakat Indonesia sendiri lebih banyak mengonsumsi beras non-organik dibandingkan dengan beras organik. Hal tersebut dikarenakan harga beras non-organik lebih terjangkau serta ketersediaan dan aksesibilitasnya yang mudah diakses oleh masyarakat. Akan tetapi, kini kesadaran masyarakat mengenai gaya hidup sehat semakin meningkat. Meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai gaya hidup sehat dan keberlanjutan lingkungan tersebut telah mendorong permintaan yang lebih besar terhadap pangan sehat, termasuk beras organik. Harga beras organik yang lebih mahal daripada beras non-organik dapat mempengaruhi kesiediaan konsumen dalam membayarnya. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis estimasi kesiediaan membayar konsumen terhadap pembelian beras organik, serta untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kesiediaan membayar konsumen terhadap beras organik.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Klojen, Kota Malang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*, dengan menggunakan rumus *Lemeshow*. Dari hasil perhitungan maka sampel yang digunakan adalah 45 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, dan untuk menganalisis tujuan pertama menggunakan metode analisis *Contingent Valuation Method* (CVM) untuk mengetahui besarnya nilai harga beras organik yang bersedia dibayar (Nilai WTP), serta persentase perubahan nilai harga tersebut terhadap harga awal yang berlaku dengan menggunakan metode *bidding games* pada instrument kuisisioner yang digunakan. Sedangkan untuk menjawab tujuan kedua menggunakan analisis regresi logistik, yaitu mengenai apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi *Willingness to Pay* konsumen terhadap beras organik Wellfarm.

Berdasarkan pada hasil analisis CVM, diketahui bahwa jumlah responden yang bersedia membayar lebih pada produk beras organik Wellfarm sebanyak 33 orang responden dengan persentase 73,3% dimana 58% bekerja yang mayoritasnya bekerja sebagai pegawai negeri maupun swasta dan yang menyatakan tidak bersedia membayar lebih sebanyak 12 orang responden dengan persentase 26,7%. Nilai WTP maksimal yang diperoleh pada beras putih organik Wellfarm yaitu sebesar Rp 43.178,00 dengan persentase perubahan harganya adalah 7,3%; sedangkan nilai WTP maksimal yang diperoleh pada beras merah organik Wellfarm yaitu sebesar Rp 44.911,00 dengan persentase perubahan harganya adalah 6,6%.

Dari hasil analisis regresi logistik diketahui bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap WTP konsumen beras organik Wellfarm adalah pekerjaan (X_3) dengan nilai signifikansinya 0,019; pengeluaran konsumen (X_4) dengan nilai signifikansinya 0,045; kepedulian (X_5) dengan nilai signifikansinya 0,045; dan keyakinan (X_6) dengan nilai signifikansinya 0,058. Sedangkan faktor yang tidak mempengaruhi adalah jenis kelamin (X_1), tingkat pendidikan (X_2), harga (X_7), dan akses produk (X_8) dikarenakan nilai signifikansinya $> 0,05$.

Dari hasil penelitian tersebut maka peneliti menyarankan bahwa konsumen dapat beralih mengonsumsi beras organik sebagai gaya hidup yang lebih sehat karena kualitasnya lebih baik, selain lebih aman dikonsumsi karena tidak mengandung bahan/residu kimia, juga memiliki kandungan yang lebih sehat dan bernutrisi, sehingga dapat membantu mengurangi risiko konsumen terkena penyakit kronis. Sedangkan bagi perusahaan atau produsen dapat melakukan inovasi produk beras organik agar dapat menghindari kebosanan konsumen terhadap kualitas beras organik, terutama pada merek lokal. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengembangkan varian baru seperti campuran multigrain maupun dengan menggunakan ukuran yang praktis seperti 500 g atau kemasan siap masak. Selain itu, hasil penelitian analisis logit terhadap WTP beras organik dapat menjadi acuan perusahaan beras organik dalam peningkatan penjualan. Dimana hal tersebut dapat dilakukan dengan memfokuskan promosi beras organik pada pekerja formal yang mana cenderung memiliki pendapatan tetap. Selain itu juga dapat dilakukan dengan memfokuskan branding produk premium, sertifikasi organik resmi, dan pemasaran di supermarket/*online marketplace*. Hal tersebut sesuai dengan data penelitian yang mana mayoritasnya adalah pegawai negeri maupun swasta yang memiliki pengeluaran tinggi tiap bulannya (kelas menengah ke atas) dan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kesehatan karena mereka yakin bahwa kualitas beras organik lebih baik dan lebih aman dikonsumsi karena bebas dari bahan kimia. Peneliti juga menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian terhadap variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti faktor sosial ekonomi seperti jumlah anggota keluarga dan pendapatan; atribut produk seperti merek maupun citra merek, desain, kemasan, dan layanan penjualan maupun purna jual; dan 7P seperti promosi. Selain itu, peneliti juga menyarankan pengembangan yang lebih luas bagi peneliti selanjutnya mengenai kesediaan membayar lebih produk beras organik, dikarenakan studi terhadap produk yang terbatas. Sehingga peneliti dan pembaca selanjutnya dapat memperoleh dasar yang lebih kuat untuk pengembangan studi yang lebih akurat.

SUMMARY

Dessy Ida Fitria Shohib (22101032050) Analysis of Consumer Willingness to Pay for Organic Rice Purchases (Case Study of the Community in Klojen District). Advisor Lecturer:

1. Ir. M. Noerhadi Sudjoni, MBA., MP. 2. Lia Rohmatul Maula, SP., MP.

Rice is a staple food that is the main source of carbohydrates for most Indonesians. Indonesians consume more non-organic rice than organic rice. This is because non-organic rice is more affordable and readily available to the public. However, public awareness of healthy lifestyles is now increasing. This growing awareness of healthy lifestyles and environmental sustainability has driven greater demand for healthy foods, including organic rice. The higher price of organic rice compared to non-organic rice can affect consumers' willingness to pay for it. Therefore, the purpose of this study is to analyze consumers' estimated willingness to pay for organic rice, as well as to analyze the factors that influence consumers' willingness to pay for organic rice.

This study was conducted in Klojen District, Malang City, using accidental sampling technique with Lemeshow's formula. Based on the calculation results, the sample used consisted of 45 respondents. This study used a quantitative descriptive analysis method, and to analyze the first objective, it used the Contingent Valuation Method (CVM) to determine the willingness to pay (WTP) for organic rice, as well as the percentage change in price from the initial price using a bidding games method in the questionnaire instrument used. Meanwhile, to answer the second objective, logistic regression analysis was used to determine the factors that influence consumers' Willingness to Pay for Wellfarm organic rice.

Based on the results of the CVM analysis, it was found that 33 respondents were willing to pay more for Wellfarm organic rice, representing 73.3% of the total respondents, 58% of whom were employed, mostly as civil servants or private sector employees, while 12 respondents, representing 26.7% of the total, were not willing to pay more. The maximum WTP value obtained for Wellfarm organic white rice was IDR 43,178.00 with a price change percentage of 7.3%; while the maximum WTP value obtained for Wellfarm organic brown rice was IDR 44,911.00 with a price change percentage of 6.6%.

From the results of logistic regression analysis, it is known that the variables that significantly affect the WTP of Wellfarm organic rice consumers are occupation (X3) with a significance value of 0.019; consumer expenditure (X4) with a significance value of 0.045; concern (X5) with a significance value of 0.045; and confidence (X6) with a significance value of 0.058. Meanwhile, the factors that did not have an influence were gender (X1), education level (X2), price (X7), and product access (X8) because their significance values were > 0.05 .

Based on the results of this study, the researchers suggest that consumers switch to consuming organic rice as a healthier lifestyle choice because it is of better quality, safer to consume as it does not contain chemicals or residues, and has healthier and more nutritious content, thereby helping to reduce the risk of consumers developing chronic diseases. Meanwhile, companies or producers can innovate organic rice products to avoid consumer boredom with the quality of organic rice, especially local brands. This can be done by developing new variants such as multigrain mixtures or using practical sizes such as 500 g or ready-to-cook packaging. Additionally, the results of the logit analysis of WTP for organic rice can serve as a reference for organic rice companies to increase sales. This can be done by focusing organic rice promotions on formal workers, who tend to have a steady income. Furthermore, it can also be done by focusing on premium product branding, official organic certification, and marketing in supermarkets/online marketplaces. This is in line with research data, which shows that the majority of respondents are civil servants and private sector employees who have high monthly expenses (upper middle class) and are highly concerned about health because they believe that organic rice is of better quality and safer to consume as it is free from chemicals. The researchers also suggest that future researchers conduct studies on other variables not included in this study, such as socioeconomic factors such as family size and income; product attributes such as brand and brand image, design, packaging, and sales and after-sales services; and the 7Ps such as promotion. In addition, researchers also suggest further development for subsequent researchers regarding the willingness to pay more for organic rice products, due to the limited scope of the study. This will enable subsequent researchers and readers to obtain a stronger basis for developing more accurate studies.

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Beras merupakan makanan pokok yang menjadi sumber utama karbohidrat bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Hal ini dapat ditunjukkan dengan pengeluaran rata-rata konsumsi perkapita masyarakat di daerah pedesaan dan perkotaan yang masih didominasi oleh beras, dibandingkan dengan produk pangan lainnya seperti padi-padian dan umbi-umbian. Dimana rata-rata konsumsi beras di Indonesia terhadap konsumsi sumber karbohidrat mencapai 82,13% (Direktorat Statistik Distribusi, 2024). Oleh karena itu, beras menjadi komoditas ekonomi yang sangat penting. Di samping itu, beras juga berfungsi sebagai komoditas politik yang berperan krusial dalam menjaga stabilitas negara, serta mendukung stabilitas ekonomi, sosial, dan ketahanan nasional (Kertayoga *et al.*, 2022).

Berdasarkan pada cara penanaman, beras dibedakan menjadi beras organik dan beras non-organik. Sedangkan jenis beras sendiri dibedakan menjadi beras putih, beras merah, dan beras hitam (Yuliyana, 2021). Masyarakat Indonesia sendiri lebih banyak mengonsumsi beras non-organik dibandingkan dengan beras organik. Hal tersebut dikarenakan harga beras non-organik lebih terjangkau serta ketersediaan dan aksesibilitasnya yang mudah diakses oleh masyarakat. Akan tetapi, kini kesadaran masyarakat mengenai gaya hidup sehat semakin meningkat, terutama karena beras non-organik dianggap memiliki risiko yang lebih tinggi untuk menyebabkan diabetes melitus tipe dua. Meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai gaya hidup sehat dan keberlanjutan lingkungan telah mendorong permintaan yang lebih besar terhadap pangan sehat, termasuk beras organik. Di samping itu, masyarakat juga telah menyadari bahwa pentingnya mengonsumsi produk-produk pangan non-kimia bagi kesehatan tubuh (Kusumo *et al.*, 2017). Hal ini menjadikan masyarakat lebih memilih pangan sehat dan menghindari dari pangan tak sehat yang mengandung bahan tambah pangan (BTP), tinggi lemak, kolesterol, dan bahan lain yang beresiko menimbulkan penyakit pada tubuh.

Sejak tahun 2010, pemerintah Indonesia telah melaksanakan program Go Organik untuk mempercepat terealisasinya pembangunan agribisnis yang

berfokus pada keberlanjutan lingkungan (*ecoagribusiness*). Program ini berfokus pada pasar dengan tujuan untuk memenuhi permintaan konsumen, dimulai dari tingkat bawah hingga ke atas. Salah satu aktivitasnya adalah memperkenalkan pertanian organik kepada petani, pelaku pasar, dan masyarakat umum. Salah satu langkah yang diambil oleh masyarakat dalam menerapkan gaya hidup organik di Indonesia adalah dengan mulai mengonsumsi beras organik. Jika dilihat dari produknya, beras organik dan non-organik memiliki perbedaan yang signifikan. Beras organik ditanam dengan menggunakan pupuk organik yang ramah lingkungan, sementara beras non-organik dibudidayakan dengan penerapan pupuk kimia dan pestisida (Nellasari *et al.*, 2020).

Jenis beras organik yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat adalah beras putih dan beras merah organik. Beras putih organik memiliki tekstur pulen dan rasa yang lebih familiar bagi masyarakat Indonesia, sehingga sering menjadi pilihan konsumen yang mulai beralih ke pangan organik namun tetap menginginkan karakteristik rasa yang umum. Sementara itu, beras merah organik dikenal sebagai produk dengan kandungan serat tinggi, indeks glikemik rendah, serta kaya antioksidan, sehingga banyak dipilih oleh konsumen yang memiliki motivasi kesehatan lebih kuat, seperti pengendalian berat badan atau pengaturan gula darah (Yuliyana, 2021). Perbedaan karakteristik dan manfaat nutrisi dari kedua jenis beras ini menunjukkan adanya segmentasi preferensi konsumen yang menarik untuk dikaji lebih dalam (Rahayu *et al.*, 2024).

Jawa Timur merupakan provinsi yang menjadi lumbung padi terbesar di Indonesia pada tahun 2024 dengan menyumbang hingga 27% dari total produksi beras nasional atau setara dengan 9,2 juta ton. Selain itu, Jawa Timur juga menjadi sentra produksi padi organik. Hal tersebut berdasarkan pada Ditjen Tanaman Pangan Kementerian Pertanian tahun 2019 yang menyebutkan bahwa sentra padi organik berada di wilayah Sumatra Barat, Jawa Barat, Jawa Timur, dan Sulawesi Tenggara dengan luas sekitar 215 hektare (Sutrisno, 2023). Salah satu daerah di Jawa Timur yang mengembangkan serta memproduksi padi organik adalah Kota Malang. Meningkatnya kesadaran masyarakat Kota Malang akan gaya hidup sehat membuat permintaan akan bahan pangan organik semakin meningkat, salah satunya adalah beras organik. Beras putih dan beras merah

organik sebagai objek penelitian juga menjadi relevan karena kedua jenis beras tersebut merupakan produk yang tersedia luas di ritel modern dan memiliki konsumen dengan kebutuhan berbeda. Selain itu, keduanya merupakan varian utama yang ditawarkan oleh berbagai merek, termasuk beras organik Wellfarm, yang menjadi fokus penelitian ini. Wellfarm adalah salah satu merek produk pangan organik yang cukup dikenal dan banyak dijual di supermarket, salah satunya adalah di daerah Kecamatan Klojen.

Kecamatan Klojen dipilih sebagai lokasi penelitian karena wilayah ini merupakan pusat kota Malang, dengan tingkat urbanisasi tinggi, keberagaman penduduk, serta akses yang luas terhadap supermarket dan toko ritel modern yang menyediakan berbagai produk organik. Aksesibilitas yang tinggi terhadap produk organik menjadikan masyarakat Klojen memiliki peluang lebih besar untuk mengenal, membeli, dan menilai berbagai jenis beras organik, termasuk produk Wellfarm. Akan tetapi, meskipun lokasi ini sangat potensial untuk mengamati perilaku konsumen produk organik, berdasarkan penelusuran literatur, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) konsumen, khususnya di Kecamatan Klojen terhadap beras putih dan beras merah organik Wellfarm.

Peningkatan permintaan akan beras organik tersebut dapat membuka peluang bagi petani organik maupun pengusaha produk organik. Meskipun demikian, pemasaran beras organik masih terkendala pada tingginya harga beras organik yang lebih mahal dibandingkan dengan beras non-organik. Permasalahan tersebut dapat diatasi dengan mengetahui kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) konsumen dalam membeli beras organik. *Willingness to Pay* merupakan jumlah maksimal yang dapat dibayarkan seorang konsumen untuk mendapatkan suatu barang ataupun jasa. Berbeda dengan penelitian yang telah ada sebelumnya, dimana penelitian ini juga memberikan solusi terhadap permasalahan pemasaran tersebut agar dapat digunakan produsen dalam menentukan harga yang tepat pada produk beras organik organik serta faktor-faktor apa sajakah yang memengaruhi kesediaan konsumen dalam membayar beras organik. Pentingnya penentuan kebersediaan membayar konsumen terhadap pembelian produk beras organik dalam melihat seberapa besar kesediaan konsumen dalam membeli produk yang

bermanfaat bagi kesehatan konsumen. Berdasarkan pada uraian di atas maka diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen terhadap Pembelian Beras Organik Wellfarm (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Klojen).

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada kontradiksi antara teori dan kenyataan pada latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah secara spesifik sebagai berikut:

1. Berapakah estimasi kesiediaan membayar konsumen terhadap pembelian beras organik?
2. Apa sajakah faktor-faktor yang memengaruhi kesiediaan membayar konsumen terhadap beras organik?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis estimasi kesiediaan membayar konsumen terhadap pembelian beras organik.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kesiediaan membayar konsumen terhadap beras organik.

1.4. Batasan Penelitian

Adapun batasan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian dilakukan di Kecamatan Klojen Kota Malang.
2. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis estimasi dan persentase perubahan harga beras organik yang bersedia dibayar oleh konsumen.
3. Penelitian ini dilakukan pada komoditas beras organik putih dan beras organik merah.
4. Faktor-faktor yang akan dianalisis dan diidentifikasi sebagai penentu yang memengaruhi *Willingness to Pay* dibatasi hanya pada faktor jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, pengeluaran konsumen, kepedulian, keyakinan, persepsi harga, dan kemudahan akses konsumen terhadap pembelian beras organik. Faktor-faktor tersebut tergolong pada tiga

dimensi, yaitu dimensi sosio demografis, dimensi sikap konsumen dan dimensi penghambat kesediaan membayar konsumen.

1.5. Manfaat dan *Output* Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah antara lain:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai perubahan harga beras organik yang bersedia dibayar konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap beras organik serta wadah pengaplikasian materi-materi yang telah didapat selama masa perkuliahan.

1.5.2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat membantu perusahaan, serta petani maupun pedagang beras organik di Kecamatan Klojen untuk mengetahui harga yang bersedia dibayarkan konsumen. Dengan hal tersebut mereka dapat mengambil keputusan mengenai pemasaran beras organik.
2. Penelitian ini juga dapat memberikan informasi pada perusahaan beras organik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap beras organik. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan penjualan mereka dengan memfokuskan promosi serta branding produk beras organik.

1.5.3. *Output* Penelitian

Output dari penelitian ini berupa artikel ilmiah yang nantinya akan diterbitkan pada jurnal ilmiah Agribisnis Seagri.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan penelitian mengenai kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian beras organik Wellfarm di Kecamatan Klojen, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang bersedia membayar lebih pada produk beras organik Wellfarm sebanyak 33 orang responden dengan persentase 73,3% dimana 58% bekerja yang mayoritasnya bekerja sebagai pegawai negeri maupun swasta dan yang menyatakan tidak bersedia membayar lebih sebanyak 12 orang responden dengan persentase 26,7%. Nilai WTP maksimal yang diperoleh pada beras putih organik Wellfarm yaitu sebesar Rp 43.178,00 dengan persentase perubahan harganya adalah 7,3%; sedangkan nilai WTP maksimal yang diperoleh pada beras merah organik Wellfarm yaitu sebesar Rp 44.911,00 dengan persentase perubahan harganya adalah 6,6%.
2. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap WTP konsumen beras organik Wellfarm adalah pekerjaan (X_3), pengeluaran konsumen (X_4), kepedulian (X_5), dan keyakinan (X_6). Sedangkan faktor yang tidak mempengaruhi adalah jenis kelamin (X_1), tingkat pendidikan (X_2), harga (X_7), dan akses produk (X_8).

5.2. Saran

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan, terdapat saran yang dapat diberikan antara lain sebagai berikut:

1. Konsumen dapat beralih mengonsumsi beras organik sebagai gaya hidup yang lebih sehat karena kualitasnya lebih baik, selain lebih aman dikonsumsi karena tidak mengandung bahan/residu kimia juga memiliki kandungan yang lebih sehat dan bernutrisi, sehingga dapat membantu mengurangi risiko konsumen terkena penyakit kronis.
2. Bagi perusahaan atau produsen dapat melakukan inovasi produk beras organik agar dapat menghindari kebosanan konsumen terhadap kualitas beras organik, terutama pada merek lokal. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengembangkan varian baru seperti campuran multigrain maupun dengan menggunakan ukuran yang praktis seperti 500 g atau kemasan siap masak.

3. Hasil penelitian analisis logit terhadap WTP beras organik dapat menjadi acuan perusahaan beras organik dalam peningkatan penjualan. Dimana hal tersebut dapat dilakukan dengan memfokuskan promosi beras organik pada pekerja formal yang mana cenderung memiliki pendapatan tetap. Selain itu juga dapat dilakukan dengan memfokuskan branding produk premium, sertifikasi organik resmi, dan pemasaran di supermarket/*online marketplace*. Hal tersebut sesuai dengan data penelitian yang mana mayoritasnya adalah pegawai negeri maupun swasta yang memiliki pengeluaran tinggi tiap bulannya (kelas menengah ke atas) dan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kesehatan karena mereka yakin bahwa kualitas beras organik lebih baik dan lebih aman dikonsumsi karena bebas dari bahan kimia.
4. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terhadap variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti faktor sosial ekonomi seperti jumlah anggota keluarga dan pendapatan; atribut produk seperti merek maupun citra merek, desain, kemasan, dan layanan penjualan maupun purna jual; dan 7P seperti promosi. Peneliti juga menyarankan pengembangan yang lebih luas bagi peneliti selanjutnya mengenai kesediaan membayar lebih produk beras organik, dikarenakan studi terhadap produk yang terbatas. Sehingga peneliti dan pembaca selanjutnya dapat memperoleh dasar yang lebih kuat untuk pengembangan studi yang lebih akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- Adryan, A., Dimastyo, L., Ferly, S., Valen, A. G., & Vania, T. B. (2018). Penelitian tentang Kesiediaan Konsumen untuk Membayar Produk Partisi Modular Ramah Lingkungan. *Jurnal Indonesia Business Review*, 1(2), 160–185. <http://doi.org/10.21632/ibr.1.2.160-185>
- Agustin, D., Rianti, T. S. M., & Apriliawan, H. (2024). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen Cabai Rawit di Pasar Modern Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 12(5), 1–8. <http://doi.org/https://jim.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/index>
- Arqueta, C., Margana, G., & Sanjaya, R. (2025). Persepsi Konsumen Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian : Studi Kasus Toko Beras X Di Kota Bandung Di Tengah Isu Beras Oplosan. *Fokus Manajemen*, 5(4), 939–950. Retrieved from <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/fokusman/article/download/9844/6829/>
- Aufanada, V., Ekowati, T., & Prastiwi, W. D. (2017). Kesiediaan Membayar Produk Sayuran Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 3(2), 67–75. <http://doi.org/10.18196/agr.3246>
- Breidert, C. (2005). *Estimation of Willingness-to-Pay Theory, Measurement, and Application*. WU Vienna University.
- Charina, A., Andriani, R., Kusumo, B., Sadeli, A. H., & Deliana, Y. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Petani dalam Menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) Sistem Pertanian Organik di Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Penyuluhan*, 14(1), 68–78. <http://doi.org/10.25015/penyuluhan.v14i1.16752>
- Dewi, R. C., & Hayati, M. (2021). Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Beras Merah Organik. *AGRISCIENCE*, 2(2), 295–313. <http://doi.org/10.21107/agriscience.v2i2.11412>
- Direktorat Statistik Distribusi. (2024). *Distribusi Perdagangan Komoditas Beras Indonesia 2024 Volume 9*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dulbari, Yuriansyah, Sutrisno, H., Maksum, A., Ahyuni, D., Budiarti, L., ... Sari, M. F. (2021). Bimbingan Teknis Pertanian Organik sebagai Penerapan Teknologi Budidaya Ramah Lingkungan kepada Perkumpulan Kelompok Tani Gapsera Sejahtera Mandiri. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 258–265. <http://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v6i3.1784>
- Efendi, E. (2016). Implementasi Sistem Pertanian Berkelanjutan dalam Mendukung Produksi Pertanian. *Jurnal Warta Dharmawangsa*, 1(47), 1–20. <http://doi.org/10.46576/wdw.v0i47.231>
- Fajria, F., Ethika, D., & Kusnaman, D. (2020). Analisis Kesiediaan Membayar

(Willingness to Pay) Konsumen terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern Purwokerto dan Faktor yang Memengaruhi. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(1), 40–48. <http://doi.org/10.20961/sepa.v17i1.39863>

Habib, E. A., & Kuntadi, E. B. (2020). Analisis Willingness to Pay Beras Organik Aromatik “Botanik” Gapoktan Al Barokah di Kabupaten Bondowoso. *JSEP: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 13(1), 38–52. <http://doi.org/10.19184/jsep.v13i1.14811>

Hanemann, W. M. (1991). Willingness to Pay and Willingness to Accept: How Much Can They Differ? *The American Economic Review*, 81(3), 635–647. JOUR. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2006525>

Hanley, N., & Spash, C. L. (1993). *Cost–Benefit Analysis and the Environment*. Hants –England: Edward Elgar.

Hidayati, L., & Fatimah, F. A. (2022). Analisis Kesiediaan Membayar terhadap Penggunaan Obat Tradisional pada Masa Pandemi Covid-19 di Masyarakat Dusun Kiringan Desa Canden Bantul Analisis Kesiediaan Membayar terhadap Penggunaan Obat Tradisional pada Masa Pandemi Covid-19 di Masyarakat Dusun Kir. *Majalah Farmaseutik*, 18(4), 491–502. <http://doi.org/10.22146/farmaseutik.v18i4.78501>

Hosmer, D. W., & Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression Second Edition*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Iqbal, M., Rianti, T. S. M., & Saputro, A. J. (2024). Willingness to Pay (Kesiediaan Membayar) Konsumen Sayur Organik di Kota Malang dan Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 12(6), 1–7. <http://doi.org/https://jim.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/index>

Kartikasari, R. D., Prasetyowati, K., & Suswadi. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Berbelanja Beras Organik di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Agrineca*, 20(1), 22–28.

Karyani, T., Djuwendah, E., & Sukayat, Y. (2021). Pemberdayaan Masyarakat di Masa Pandemi Melalui Pertanian Organik di Lahan Pekarangan Kawasan Perkotaan Jawa Barat. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 10(2), 139–144. <http://doi.org/10.24198/dharmakarya.v10i2.32492>

Kertayoga, I. P. A. W., Humaidi, E., Tantriadisti, S., & Ulfah, M. (2022). Forecasting of Indonesian Rice Production Post Covid-19. *Jurnal Citra Agritama*, 12(2), 26–32. <http://doi.org/10.58328/cat.v12i2.89>

Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Mitra Abisatya. Retrieved from <http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/78>

- Kusumo, R. A. B., Charina, A., Sadeli, A. H., & Mukti, G. W. (2017). Persepsi Petani terhadap Teknologi Budidaya Sayuran Organik di Kabupaten Bandung Barat. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 5(2), 19–28. <http://doi.org/10.35138/paspalum.v5i2.3>
- Latara, N. (2022). Pengaruh Pendapatan Perkapita dan Jumlah Uang Beredar (M2) terhadap Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia Tahun 2011-2020. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, XII(1), 47–65.
- Lemeshow, S., Jr, D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies* (World Heal). Baffins Lane, Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Luhur, E. S., Arthathiani, F. Y., & Apriliani, T. (2020). Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Ikan di Kabupaten Sumba Barat Daya, Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 15(2), 213–221. <http://doi.org/10.15578/jsekp.v15i2.9270>
- Mankiw, N. G. (2006). *Pengantar Teori Ekonomi Makro* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Margareta, L. T. (2017). *Willingness to Pay (WTP) Konsumen terhadap Produk Sayuran Organik CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, Kota Malang*. Universitas Brawijaya. Retrieved from <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/4320/>
- Maula, L. R., Siswadi, B., & Hindarti, S. (2016). Persepsi Masyarakat terhadap Beras Organik di Kota Malang. In *SEMINAR NASIONAL PEMBANGUNAN PERTANIAN* (pp. 303–310).
- Nabela, R. N. L. S., Rinjani, R. R. A., Agustina, A., Supriyadi, & Fatma, H. N. (2024). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Wisatawan dalam Upaya Pengelolaan Wisata Pendakian Gunung Pundak, Taman Hutan Raya Raden Soerjo. *Kepariwisata : Jurnal Ilmiah*, 18(1), 53–62.
- Nafisah, N., Tinaprilla, N., & Suprehatin. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Willingness to Pay Konsumen Beras Organik di Sumatera Barat. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 12(2), 296–305. <http://doi.org/10.29244/jai.2024.12.2.296-305>
- Nellasari, A. D., Nugroho, S. D., & Nurhadi, E. (2020). Kesiediaan Membayar Lebih terhadap Beras Organik di Transmart Iconmall Gresik. *Berkala Ilmiah Agribisnis AGRIDEVINA*, 9(2), 115–121. <http://doi.org/10.33005/adv.v9i2.2460>
- Ningsih, K., Sakdiyah, H., Felani, H., Dwiastuti, R., & Asmara, R. (2019). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Masyarakat terhadap Pertanian Organik Buah Naga. *Agriekonomika: Jurnal Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian*, 8(2), 143–155. <http://doi.org/10.21107/agriekonomika.v8i2.5425>
- Oktaviani, M., & Saptutyningih, E. (2018). Pengaruh Gender dan Faktor-Faktor

Lain Terhadap Willingness to Pay Petani untuk Adaptasi Dampak Perubahan Iklim di Kabupaten Bantul , Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 2(2), 122–129.

Panjaitan, D. V., Nuryartono, N., & Anggraeni, L. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Partisipasi Tenaga Kerja dalam Program Kartu Prakerja. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 10(1), 20–43. <http://doi.org/10.29244/jekp.10.1.2021.20-43>

Pebrianti, Y., Purnamasari, K., Detmuliati, A., Putra, A. M., Kamilah, S., Khansa, S. I. Al, & Putri, S. A. (2023). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Tiket Agrowisata Tekno 44 Desa Gelebak Dalam Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. *Forum in Research, Science, and Technology (FIRST)*, 1(3), 178–189.

Priambodo, L. H., & Najib, M. (2016). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Sayuran Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, V(1), 1–14. <http://doi.org/10.29244/jmo.v5i1.12125>

Putri, D. P. K., & Lestari, S. (2015). Pembagian Peran dalam Rumah Tangga pada Pasangan Suami Istri Jawa. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 16(1), 72–85. <http://doi.org/10.23917/humaniora.v16i1.1523>

Rahayu, D. A., Isyanto, A. Y., & Setia, B. (2024). Preferensi Konsumen terhadap Atribut Beras Organik di CV. Alam Subur Cisayong. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 11(1), 96–102.

Riana, E. T., Mukson, & Roessali, W. (2019). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen terhadap Berbagai Jenis Beras Organik di Kota Semarang (Kasus di Pasar Modern Gelael Signature). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 3(4), 689–700. <http://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.04.4>

Rianti, T. S. M., Royhana, I., & Saputro, A. J. (2024). Kesiediaan Membayar Konsumen Beras Merah di Kota Malang. *Jurnal Agrimanex: Agribusiness, Rural Management, and Development Extension*, 4(2), 211–219. <http://doi.org/10.35706/agrimanex.v4i2.11184>

Sagai, F., Hatidja, D., & Mongi, C. E. (2024). Regresi Logistik untuk Menganalisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa FMIPA UNSRAT Manado sebagai Pelanggan Indrive. *d'Cartesian: Jurnal Matematika Dan Aplikasi Penerapan*, 13(2), 85–91. <http://doi.org/10.35799/dc.13.2.2024.55730>

Sihombing, B. L., Paendong, M. S., & Langi, Y. (2024). Analisis Regresi Logistik Untuk Menentukan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pembuatan Kartu Tanda Penduduk Elektronik (E-KTP) di Kota Manado. *Jurnal LPPM Bidang Sains Dan Teknologi*, 9(2), 102–111.

Subejo, Irham, Sari, P. N., Widada, A. W., & Nurhayati, A. (2019). Problematika Pengembangan Padi Organik di Sawangan Magelang serta Peluang

- Sertifikasi Internasional. *Jurnal Ilmiah Sains Dan Teknologi*, 9(1), 1–85. <http://doi.org/10.22146/teknosains.40604>
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2023). Beras Organik Indonesia Diminati Pasar Global. Retrieved March 8, 2025, from <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/4587/beras-organik-indonesia-diminati-pasar-global>
- Syahputri, Y. D., Fandeli, C., & Nasirudin. (2019). Analisis Kesiediaan Membayar WTP (Willingness To Pay) Dalam Upaya Perawatan Lingkungan Alun-Alun Kota di Kabupaten Lumajang Jawa Timur. *Jurnal Rekayasa Lingkungan*, 2019(2), 1–16.
- Tisnawati, N. M. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Beras Organik di Kota Denpasar. *Jurnal Piramida*, XI(1), 13–19.
- Trisnowati, J., Slamet, G., & Pujiani, D. (2022). Strategi Penanganan Risiko Operasional Pemasaran Beras pada Pb. Selaras Makmur Trijaya. *Media Bina Ilmiah*, 16(12), 7889–7900. <http://doi.org/10.33578/mbi.v16i12.61>
- Ulfa, H. B., Antriandarti, E., & Agustono, A. (2023). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Beras Merah Organik oleh Konsumen di Kota Surakarta. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 11(2), 381–394. <http://doi.org/10.35138/paspalum.v11i2.635>
- Widiastuti, I., Amir, I. T., & Yulianti, N. (2022). Analisis Kesiediaan Membayar Konsumen terhadap Daging Sapi di Kabupaten Tuban. *AGROINFO GALUH: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 10(1), 395–407. <http://doi.org/10.25157/jimag.v10i1.9007>
- Yuliyana, T. (2021). Pengaruh Waktu Perendaman Terhadap Kadar Vitamin B1 (Thiamin) dan Serat Kasar Pada Nasi Beras Merah. *Jurnal Gizi Dan Kesehatan Manusia*, 1(2), 12–19.
- Yunus, I. W., Siswadi, B., & Syakir, F. (2019). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Sayuran Organik dan Faktor yang Mempengaruhi di Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(4), 1–8. <http://doi.org/https://jim.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/index>
- Yuriansyah, Dulbari, Sutrisno, H., & Maksum, A. (2020). Pertanian Organik sebagai Salah Satu Konsep Pertanian Berkelanjutan. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 127–132. <http://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v5i2.1033>
- Yusuf, G. O., Jaya, A. K., & Ilyas, N. (2020). Pemodelan Regresi Logistik Biner Menggunakan Metode Momen Diperumum. *ESTIMASI: Journal of Statistics and Its Application*, 1(2), 74–82. <http://doi.org/10.20956/ejsa.v1i2.9304>