

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN
TERHADAP BERBAGAI JENIS BERAS ORGANIK DI KOTA SEMARANG
(KASUS DI PASAR MODERN GELAE SIGNATURE)**

***ANALYSIS CONSUMER WILLINGNESS TO PAY OF VARIOUS TYPES
OF ORGANIC RICE IN SEMARANG CITY
(CASE IN THE GELAE SIGNATURE MODERN MARKET)***

Elisabet Trixie Riana*, Mukson, Wilujeng Roessali

Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro Semarang

*Penulis korespondensi: trixie.riana@gmail.com

ABSTRACT

Organic rice is currently experiencing increased demand along with the transition of a society to a healthier lifestyle. Distribution of organic rice is rarely found in traditional markets but is widely available in modern markets. The uneven distribution of organic rice caused by higher prices compared to non-organic rice. This study aims to analyze consumer willingness to pay (WTP) and the factors that influence it. The research was conducted in October 2018 at two locations in the Semarang City Gelael Signature with purposive location determination. Respondent took as many as 100 people using accidental sampling method. Data were analyzed using the Contingent Valuation Method (CVM) to find out the maximum average WTP value and logistic regression analysis to determine the factors that influence consumer WTP. The results showed that as many as 88% of respondents were willing to pay more by increasing between 5% and 25% of the price of organic rice at this time. Factors that significantly influence the willingness to pay consumers are the amount of income per month, price and brand of organic rice.

Keywords: *organic rice, willingness to pay, modern market*

ABSTRAK

Beras organik saat ini mengalami peningkatan permintaan seiring dengan peralihan masyarakat ke pola hidup yang lebih sehat. Distribusi beras organik jarang ditemukan pada pasar tradisional namun banyak tersedia di pasar modern. Distribusi beras organik yang belum merata disebabkan antara lain oleh harganya yang lebih tinggi dibandingkan dengan beras non organik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesediaan membayar atau *willingness to pay* (WTP) konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2018 di dua lokasi Gelael Signature Kota Semarang dengan penentuan lokasi secara *purposive*. Responden yang diambil sebanyak 100 orang dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Data dianalisis menggunakan Metode Kontingen Valuasi untuk mengetahui nilai rata-rata WTP maksimum dan analisis regresi logistik untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi WTP konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 88% responden bersedia membayar lebih dengan peningkatan antara 5% sampai dengan 25% dari harga beras organik saat ini. Faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar konsumen adalah jumlah pendapatan per bulan, harga dan merek beras organik.

Kata Kunci : beras organik, kesediaan membayar, pasar modern

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia terbiasa menggunakan beras sebagai bahan pangan utama (Hernawan dan Meylani, 2016). Penduduk di Indonesia pada tahun 2014 berjumlah 255,1 juta jiwa dengan rata-rata konsumsi beras perkapita/pertahun mencapai 97,2 kg/kapita/tahun (BPS, 2015), sedangkan penduduk di Indonesia pada tahun 2015 berjumlah 258,2 juta jiwa dengan rata-rata konsumsi beras perkapita/pertahun mencapai 98 kg/kapita/tahun (BPS, 2016). Hal ini membuktikan bahwa tingkat konsumsi beras tinggi seiring bertambahnya jumlah penduduk.

Saat ini masyarakat sudah menyadari pola hidup sehat dan memilih bahan pangan yang aman bagi kesehatan serta ramah lingkungan, sehingga mendorong meningkatnya permintaan produk pangan organik (Mayrowani, 2012). Produsen produk pangan organik semakin bertambah dengan adanya peningkatan jumlah lahan pertanian organik di Indonesia (Mayrowani, 2012).

Beras organik memiliki banyak manfaat kesehatan kini menjadi tren baru. Pemasaran beras organik di Indonesia dibatasi oleh persepsi harga beras organik yang mahal (Setiyadi *et al*, 2016), menjadi perhatian produsen dan pemasar seperti Gelael Signature terkait dengan penetapan harga jual. Oleh karena itu penting untuk diketahui seberapa besar kemauan konsumen membayar dengan harga premium untuk mendapat beras organik. Gelael Signature sebagai pelopor pemasar produk beras organik yang sudah lama eksis sejak tahun 2005 di Kota Semarang memiliki konsumen dengan kelas tertentu yang tertarik untuk membeli dan mengonsumsi beras organik.

Kota Semarang merupakan ibukota provinsi Jawa Tengah yang memiliki luas wilayah 373,70 km², dengan jumlah penduduk 1.729.428 jiwa, kepadatan penduduk per km² sebesar 4.289 jiwa (BPS Kota Semarang, 2017). Jumlah penduduk Kota Semarang lebih dari 1 juta jiwa maka diasumsikan tingkat konsumsi produk pangan organik cukup tinggi untuk wilayah perkotaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis nilai rata-rata maksimum WTP yang bersedia dibayarkan konsumen terhadap berbagai jenis beras organik dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi WTP konsumen beras organik.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2018 di dua lokasi Gelael Signature di Kota Semarang dengan penentuan lokasi secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan Gelael Signature merupakan pelopor supermarket pemasar produk beras organik di Kota Semarang sejak tahun 2005 yang masih eksis hingga saat ini. Lokasi pertama (Gelael I) berada di Jalan Sultan Agung No. 97 Candi, Gajah Mungkur dan lokasi kedua di lantai dasar Mal Ciputra Jalan Simping Lima No. 1 Semarang Selatan (Gelael II), menggunakan metode studi kasus. Penetapan sampel dilakukan menggunakan metode *accidental sampling* (Sugiyono, 2009). Penelitian ini mengambil responden yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian. Mengingat populasi konsumen beras organik tidak diketahui secara pasti jumlahnya maka digunakan rumus Lemeshow untuk mendapatkan jumlah sampel, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$

(Sumber: Lemeshow dan Levy, 1997)

keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = *alpha* atau *sampling error* = 10%

Hasil perhitungan diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 orang dan dibulatkan menjadi 100 orang. Jumlah tersebut dialokasikan pada dua lokasi penelitian dengan jumlah yang sama masing – masing sebanyak 50 responden di Gelael I dan Gelael II.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara yang dibantu dengan kuesioner. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan 100 konsumen beras organik. Data sekunder diperoleh dari Gelael Signature yaitu berupa data harga jual dan volume penjualan beras organik putih, hitam, dan merah.

Analisis data yang dilakukan secara deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif dilakukan untuk menjelaskan karakteristik konsumen beras organik di Gelael Signature kota Semarang. Analisis kuantitatif menggunakan *contingent valuation method* (CVM) untuk menghitung besarnya nilai rata-rata WTP maksimum yang bersedia dibayar konsumen bagi produk beras organik dan regresi logistik yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhinya. Analisis CVM dilakukan dengan lima tahap yaitu membuat pasar hipotesis, menentukan nilai lelang, menghitung rata-rata maksimum WTP, mengestimasi kurva dan agregasi WTP (Fauzi, 2006).

Uji regresi logistik yang dilakukan adalah uji *Hosmer and Lemeshow* dan *Pseudo R Square*, untuk uji signifikansi dengan uji *Omnibus test* untuk uji secara serempak dan uji *Wald* untuk uji secara parsial, sedangkan untuk interpretasi persamaan regresi logistik digunakan rasio odds (Hendayani, 2013). Persamaan regresi logistik (Suharjo, 2008) yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \text{Usia} + \beta_2 \text{Tk. Pend} + \beta_3 \text{JAK} + \beta_4 \text{Pndptn} + \beta_5 \text{HBO} + \beta_6 \text{HBNO} + D_1 \text{JnsBO} + \beta_8 D_2 \text{OK}$$

Tabel 1. Variabel dan deskripsi dari faktor-faktor yang mempengaruhi kesiediaan membayar (*willingness to pay*)konsumen beras organik di Kota Semarang

Variabel	Kriteria
Dependent : WTP	Kesiediaan membayar berbagai jenis beras organik dengan harga premium (1 = ya, 0 = tidak)
Independent :	
Usia	Tingkat usia
Tingkat pendidikan	Tingkat pendidikan
Jumlah anggota keluarga	Anggota keluarga yang mengonsumsi beras organik
Pendapatan	Tingkat pendapatan
Harga beras organik	Tingkat harga beras organik saat ini
Harga beras non organik	Tingkat harga beras non organik saat ini
Jenis beras organik	Jenis beras putih/beras merah/beras hitam organik
Orientasi kesehatan	Kesadaran kesehatan
Merek beras organik	Identitas beras organik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Data karakteristik konsumen berbagai jenis beras organik terhadap kesediaan membayar beras organik di Gelael Signature Kota Semarang disajikan pada Tabel 2. Hasilnya menunjukkan bahwa konsumen beras organik memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Konsumen beras organik sebanyak 88% adalah perempuan. Dominasi pembeli perempuan juga dilaporkan oleh (Ara, 2003) di Filipina lebih dari 70% dan oleh (Hanis *et al.*, 2012) di Malaysia 50,2% konsumen beras organik adalah perempuan. Perempuan memiliki peran penting dalam memutuskan kebutuhan pokok sehari-hari (Priambodo dan Najib, 2014). Konsumen beras organik paling banyak berusia 31 – 40 tahun telah menyelesaikan pendidikan tingkat Strata 1 serta memiliki 4 orang anggota keluarga terdiri dari ayah, ibu dan 2 anak.

Tabel 2. Sebaran Karakteristik Responden Konsumen Beras Organik

Karakteristik		Jumlah	Persentase
		--orang--	----%----
Jenis Kelamin	Perempuan	88	88
	Laki-laki	12	12
Usia (tahun)	≤ 21 – 30	11	11
	31 – 40	33	33
	41 – 50	27	27
	51 – 60	17	17
	> 61	12	12
Tingkat Pendidikan	Tamat SMP	1	1
	Tamat SMA	25	25
	Diploma	28	28
	Strata 1	39	39
Jumlah Anggota Keluarga (orang)	Strata 2	7	7
	1 – 2	11	11
	3 – 4	78	78
	≥ 5	11	11

Sumber : Data Primer Penelitian, 2018.

Berdasarkan Tabel 3. Konsumen beras organik paling banyak membeli jenis beras putih organik. Beras putih merupakan bahan makanan pokok sebagian besar masyarakat Indonesia, beras putih umumnya dimanfaatkan untuk diolah menjadi nasi, makanan pokok terpenting masyarakat dunia (Hernawan dan Meylani, 2016). Merek beras organik yang paling banyak dibeli konsumen yaitu merek Hotel, frekuensi pembelian sebanyak 3 – 4 kali sebulan dengan jumlah setiap pembelian 2 – 5 kg (Tabel 3).

Tabel 3. Orientasi Kesehatan, Jenis, Merek, Frekuensi dan Jumlah Pembelian Beras Organik

Karakteristik		Jumlah	Persentase
		-orang-	---%---
Orientasi Kesehatan (<i>dummy</i>)	1= Berorientasi	97	97
	0 = Tidak berorientasi	3	3
Jenis Beras Organik (<i>dummy</i>)	1 = Beras putih organik	59	59
	0 = Beras organik lainnya	41	41
Merek Beras Organik	1 = Merek Hotel	83	83
	0= Merek lainnya	17	17
Frekuensi Pembelian (kali/bulan)	1 – 2	37	37
	3 – 4	63	63
Jumlah Pembelian (kg)	0,8 – 1	21	21
	2 – 5	79	79

Sumber : Data Primer Penelitian, 2018.

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan mayoritas konsumen beras organik memiliki pendapatan perbulan Rp 3.000.000,00 – Rp 5.999.999,00, membeli beras organik dengan harga Rp 30.000,00 – Rp 34.999,00 per kg serta 89 responden membeli beras non organik dengan harga Rp10.000,00 – Rp 14.999,00 per kg.

Tabel 4. Pendapatan, Harga Beras Organik dan Non Organik yang Dibeli Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase
	--orang--	---%---
Pendapatan (Rp/bln)		
3.000.000 – 5.999.999	30	30
6.000.000 – 8.999.999	27	27
9.000.000 – 11.999.999	24	24
12.000.000 – 14.999.999	10	10
≥ 15.000.000	9	9
Harga Beras Organik (Rp/kg)		
30.000 – 34.999	35	35
35.000 – 39.999	28	28
40.000 – 44.999	19	19
45.000 – 49.999	14	14
≥ 50.000	4	4
Harga Beras Non Organik (Rp/kg)		
< 10.000	89	89
10.000 – 14.999	8	8
15.000 – 19.999	3	3

Sumber : Data Primer Penelitian, 2018.

Beras Organik

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan mayoritas konsumen beras organik membeli jenis beras putih organik dengan persentase sebanyak 59% dari keseluruhan responden.

Tabel 5. Sebaran Pembelian Beras Organik oleh Responden berdasarkan Jenis Beras Organik

Jenis Beras Organik	Jumlah Responden yang Membeli	Persentase Pembelian oleh Responden
	--orang--	---%---
Beras Putih	59	59
Beras Merah	24	24
Beras Hitam	17	17
Total	100	100

Sumber : Data Primer Penelitian, 2018.

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan sebaran merek dagang beras organik yang dibeli oleh konsumen. 21 orang membeli beras merek Hotel *Sugar Free* dari 59 konsumen yang membeli beras putih organik, 19 orang membeli beras merek Hotel *Red Rice* dari 24 konsumen yang membeli beras merah organik, dan 13 orang membeli beras merek Hotel *Black Rice* dari 17 konsumen yang membeli beras hitam organik.

Tabel 6. Sebaran Merek Dagang Beras Organik yang Dibeli Responden

Jenis Beras Organik	Merek	Jumlah Responden	Persentase Pembelian
		--orang--	---%---
Beras Putih	Hotel Kepala Super	11	18,6
	Hotel Beras Susu	11	18,6
	Hotel <i>Sugar Free</i>	21	35,6
	Hotel <i>White Rice</i>	8	13,5
	Holistic	8	13,5
Beras Merah	Hotel <i>Red Rice</i>	19	79,2
	Holistic	1	4,2
	Selma <i>Organic</i>	2	8,3
	Pari Unggul	2	8,3
Beras Hitam	Hotel <i>Black Rice</i>	13	76,5
	Pari Unggul	4	23,5

Sumber : Data Primer Penelitian, 2018.

Kesediaan Membayar

Berdasarkan Tabel 7 diketahui konsumen yang bersedia membayar dengan harga premium memiliki karakteristik perempuan berusia 31 – 40 tahun memiliki 4 orang anggota keluarga, tamat pendidikan Strata 1 dengan pendapatan Rp 6.000.000 – Rp beras putih organik dengan merek Hotel dan memiliki orientasi kesehatan (Tabel 7) serta membeli beras organik dengan rentang kenaikan harga 5 – 20% (Tabel 8).

Tabel 7. Sebaran Kesiediaan Reponden untuk Membayar Beras Organik dengan Harga Premiun berdasarkan Karakteristik Sosial, Ekonomi

Karakteristik Responden		Bersedia	Tidak Bersedia
		-----orang-----	
Jenis Kelamin	Perempuan	76	12
	Laki-laki	12	0
Usia (tahun)	≤ 21 – 30	8	3
	31 – 40	31	2
	41 – 50	26	1
	51– 60	13	4
	> 61	10	2
Tingkat Pendidikan	Tamat SMP	0	1
	Tamat SMA	20	5
	Diploma	27	1
	Strata 1	34	5
Jumlah Anggota Keluarga (orang)	Strata 2	7	0
	1	1	1
	2	10	1
	3	21	4
	4	47	6
Pendapatan (Rp/bln)	5	10	1
	3.000.000 – 5.999.999	23	7
	6.000.000 – 8.999.999	24	3
	9.000.000 – 11.999.999	22	2
	12.000.000 – 14.999.999	10	0
Harga Beras Organik (Rp/kg)	≥ 15.000.000	9	0
	30.000 – 34.999	34	1
	35.000 – 39.999	24	4
	40.000 – 44.999	16	3
	45.000 – 49.999	13	1
Harga Beras Non Organik (Rp/kg)	≥ 50.000	1	3
	< 10.000	89	89
	10.000 – 14.999	8	8
Jenis Beras Organik (dummy)	15.000 – 19.999	3	3
	1 = Beras putih organik	52	7
Orientasi Kesehatan (dummy)	0 = Beras organik lainnya	36	5
	1 = Berorientasi	88	9
Merek Beras Organik (dummy)	0 = Tidak Berorientasi	0	3
	1 = Merek Hotel	78	5
	0 = Merek Lainnya	10	7

Sumber : Data Primer Penelitian, 2018

Berdasarkan Tabel 8 diketahui konsumen yang bersedia membayar dengan kenaikan harga 5 – 10% berada pada kelas pendapatan Rp 3.000.000 – Rp 8.999.999, konsumen yang bersedia membayar dengan kenaikan harga 15 – 20% berada pada kelas pendapatan Rp 6.000.000 – Rp 11.999.999 dan konsumen yang bersedia membayar dengan kenaikan harga 25% berada pada kelas pendapatan Rp 9.000.000 – > Rp 15.000.000.

Tabel 8. Sebaran Persentase Responden yang Bersedia Membayar dengan Harga Premium

Kenaikan Harga	Jumlah Responden yang Bersedia Membayar	Persentase
---%---	--orang--	---%---
5 – 10	32	36
15 – 20	33	37,5
25	23	26,5
Total	88	100

Sumber : Data Primer Penelitian, 2018

Perhitungan Rata-Rata Maksimum WTP

Berdasarkan metode *bidding games* (nilai lelang) yang merupakan salah satu dari metode *contingent valuation method* (CVM) untuk mengetahui rata-rata maksimum WTP konsumen. Hasil perhitungan rata-rata maksimum WTP konsumen beras organik disajikan pada Tabel 9. Jenis beras putih organik dengan merek Hotel *Sugar Free* memiliki nilai rata-rata WTP yang paling tinggi diantara merek lain karena merek tersebut memiliki kandungan gula rendah dalam beras sehingga konsumen tertarik untuk membeli meskipun harganya naik. Jenis beras merah organik dengan merek Selma Organic dan jenis beras hitam organik dengan merek Pari Unggul, memiliki nilai rata-rata WTP yang paling tinggi diantara merek lain karena konsumen sudah loyal dengan merek tersebut.

Tabel 9. Rata-Rata Maksimum WTP

Jenis Beras	Merek	Harga Awal Produk	Rata-Rata Maksimum WTP	Persentase Peningkatan
		-Rp/kg-	---Rp/kg---	---%---
Beras Putih	Hotel Kepala Super	30.000	33.900	13,00
	Hotel Beras Susu	35.650	41.354	16,00
	Hotel <i>Sugar Free</i>	43.100	49.202	14,15
	Hotel <i>White Rice</i>	36.000	42.075	16,88
	Holistic	35.300	42.066	19,17
Beras Merah	Hotel <i>Red Rice</i>	31.500	36.142	14,74
	Holistic	37.075	44.490	20,00
	Selma Organic	41.250	47.438	15,00
	Pari Unggul	36.250	41.688	15,00
Beras Hitam	Hotel <i>Black Rice</i>	48.000	54.831	14,20
	Pari Unggul	60.000	72.000	20,00

Berdasarkan Tabel 10 diketahui Nilai WTP masing masing jenis beras organik berdasarkan kenaikan harga yang bersedia dibayarkan oleh konsumen.

Tabel 10. Nilai WTP

Jenis Beras Organik	Merek	Kenaikan Harga	Nilai WTP	Frekuensi Kumulatif	
		---%---	---Rp/kg---	---orang---	
Beras Putih	Hotel Kepala Super	5	31.500	3	
		10	33.000	4	
		15	34.500	8	
		20	36.000	9	
		25	37.500	10	
	Hotel Beras Susu	5	37.432	2	
		10	39.215	4	
		15	40.997	5	
		20	42.780	7	
		25	44.562	10	
	Hotel <i>Sugar Free</i>	5	43.455	2	
		10	45.610	4	
		15	47.765	7	
		20	49.920	11	
		25	52.075	18	
	Hotel <i>White Rice</i>	5	37.800	1	
		10	39.600	3	
		15	41.400	4	
		20	43.200	5	
		25	45.000	8	
Holistic	10	38.830	1		
	15	40.595	2		
	20	42.360	3		
	25	44.125	6		
	25	44.125	6		
Beras Merah	Hotel <i>Red Rice</i>	5	33.075	3	
		10	34.650	10	
		15	36.225	12	
		20	37.800	14	
		25	39.375	19	
	Holistic	20	44.490	1	
		Selma Organic	15	47.438	1
		Pari Unggul	15	41.688	1
Beras Hitam	Hotel <i>Black Rice</i>	5	50.400	3	
		10	52.800	6	
		15	55.200	8	
		20	57.600	11	
		25	60.000	13	
	Pari Unggul	20	72.000	1	

Sumber : Data Primer Penelitian, 2018.

Agregasi WTP

Agregasi WTP adalah nilai keseluruhan dari nilai WTP yang bersedia dibayarkan oleh responden yang bersedia membayar dalam penelitian. Agregasi WTP didapatkan dengan menggunakan nilai rata-rata WTP yang dikalikan dengan jumlah responden pada nilai WTP

tersebut. Berdasarkan Tabel 11 diketahui jenis beras putih organik merek Hotel *Sugar Free* memiliki agregasi WTP terbesar yaitu Rp 885.630,00 per bulan, jenis beras merah organik merek Hotel *Red Rice* memiliki agregasi WTP terbesar yaitu Rp 686.700,00 per bulan dan jenis beras hitam organik merek Hotel *Black Rice* memiliki agregasi WTP terbesar yaitu Rp 712.800,00 per bulan

Tabel 11. Agregasi WTP berdasarkan Jenis Beras Organik

Jenis Beras Organik	Merek	Jumlah Responden	Agregasi WTP
		--orang--	--Rp/bln--
Beras Putih	Hotel Kepala Super	10	339.000
	Hotel Beras Susu	10	413.540
	Hotel <i>Sugar Free</i>	18	885.630
	Hotel <i>White Rice</i>	8	336.600
	Holistic	6	252.395
Beras Merah	Hotel <i>Red Rice</i>	19	686.700
	Holistic	1	44.490
	Selma Organic	1	47.438
	Pari Unggul	1	41.685
Beras Hitam	Hotel <i>Black Rice</i>	13	712.800
	Pari Unggul	1	72.000

Sumber : Data Primer Penelitian, 2018.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar Konsumen Beras Organik

Berdasarkan hasil uji *Hosmer and Lemeshow test* menunjukkan nilai *Chi Square Hosmer and Lemeshow* hitung sebesar $1,937 < 15,51$ (nilai *Chi Square* tabel untuk df 8) dan nilai signifikansi sebesar $0,983 > 0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya uji model regresi yang diajukan tidak ada perbedaan nyata antara model dengan data dan pengujian hipotesis dapat dilakukan (Ghozali, 2005).

Berdasarkan hasil uji *Pseudo R Square* pada nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,661 yang menunjukkan bahwa variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 0,661 atau 66,1% dan sisanya merupakan faktor lain di luar model yang mampu menjelaskan variabel terikat (Ghozali, 2005).

Berdasarkan hasil uji *Omnibus test* menunjukkan nilai *chi-square* sebesar $42,133 > chi-square$ tabel pada df 9 sebesar 16,919 atau dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel bebas secara serempak merupakan penjelas yang signifikan untuk variabel terikat (Ghozali, 2005).

Berdasarkan hasil uji *Wald* yang disajikan pada Tabel 12 variabel bebas yang secara parsial signifikan untuk variabel terikat adalah variabel pendapatan, harga dan merek beras organik.

Tabel 12. Hasil Uji Wald

Variabel	Koefisien (B)	Wald	P-value (sig.)	Odds Ratio (Exp(B))
Usia	-.466	.512	.474	.627
Tingkat pendidikan	.027	.002	.963	1.027
Jumlah Anggota Keluarga	.088	.025	.875	1.092
Pendapatan	2.257	5.499	.019*)	9.557
Harga Beras Organik	-1.932	4.036	.045*)	.145
Harga Beras Non Organik	-3.722	2.960	.085	.024
Jenis Beras Organik	-3.774	2.456	.117	.023
Orientasi Kesehatan	21.820	.000	.999	2.995E9
Merek Beras Organik	3.720	7.564	.006*)	41.282

Keterangan : *) level of significance 5%

Sumber : Data Primer Penelitian, 2018.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Nilai rata-rata WTP konsumen beras organik untuk jenis beras putih organik antara 13 – 19,17%, jenis beras merah organik antara 14,74% – 20% dan jenis beras hitam organik antara 14,20% – 20%
2. Faktor yang mempengaruhi WTP konsumen beras organik secara serempak adalah usia, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, jumlah pendapatan per bulan, harga beras organik, harga beras non organik, jenis beras organik, orientasi kesehatan dan merek beras organik sedangkan secara parsial adalah faktor jumlah pendapatan per bulan, harga dan merek beras organik.

Saran

Terkait dengan kesiediaan membayar konsumen beras organik. Maka, pemerintah dapat melakukan edukasi dan sosialisasi mengenai informasi dan manfaat beras organik kepada masyarakat dengan tingkat pendapatan menengah ke bawah. Dengan adanya sosialisasi tersebut akan memunculkan kepedulian dan kesadaran masyarakat untuk semakin memahami manfaat dan pentingnya beras organik. Selain itu, Gelael Signature sebagai pemasar agar memperhatikan, menjaga kualitas beras organik yang dijual dan cermat terhadap merek-merek beras yang disukai oleh konsumen, serta lebih memperhitungkan dengan cermat harga jual beras organik karena sebagian besar konsumen bersedia membayar maksimal 15 – 20% dari harga saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ara, S. 2003. *Consumer Willingness to Pay for Multiple Attributes of Organic Rice : A Case in the Philippines*. In International Conference of Agricultural Economists. Dubai South Africa 16 – 22 August 2003.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Statistik Indonesia 2015*. BPS Indonesia, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Statistik Indonesia 2016*. BPS Indonesia, Jakarta.

- Badan Pusat Statistik. 2017. *Kota Semarang dalam Angka 2017*. BPS Provinsi Jawa Tengah, Semarang.
- Fauzi A. 2006. *Environmental and Natural Resources Economics: Theory and Application (in Indonesian)*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hanis, A., Jinap, S., Nasir, M., Alias dan Karim, M.S. 2012. *Consumers demand and willingness to pay for price attributes in Malaysia*. *Journal of International Food Research*. 19 ; 59 – 66.
- Hendayani, R. 2013. Penerapan metode regresi logistik dalam menganalisis adopsi teknologi pertanian. *Jurnal Informatika Pertanian*, 22 (1) : 1 – 9.
- Hernawan, E. dan V. Meylani. Analisis karakteristik fisikokimia beras putih, beras merah, dan beras hitam (*Oryza sativa* L., *Oryza nivara* dan *Oryza sativa* L. *indica*). *Jurnal Kesehatan Bakti Tunas Husada*, 15 (1) : 79 – 91.
- Lemeshow, S. dan P. S. Levy. 1997. *Sampling of Populations Methods and Application*. Wiley Publisher, New Jersey.
- Mayrowani, H. 2012. Pengembangan pertanian organik di Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*, 30 (2) : 91 – 108.
- Priambodo, L. H. dan M. Najib. 2014. Analisis kesediaan membayar (*willingness to pay*) sayur organik dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5 (1) : 1 – 14.
- Setiyadi, H., S. Hartono., dan D. Darwanto. 2016. *Consumer willingness to pay of organic rice and the factors which affected in Pontianak*. *Journal Agricultural Science*, 1 (3) : 130 – 136.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suharjo, B. 2008. *Analisis Regresi Terapan dengan SPSS*. Graha Ilmu, Yogyakarta.