

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR AYAM ORGANIK MENTAH PRODUKSI
UD. RAHAYU AK KOTA PEKANBARU DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHINYA**

***WILLINGNESS TO PAY ANALYSIS OF RAW ORGANIC CHICKEN PRODUCTION
UD. RAHAYU AK CITY OF PEKANBARU AND THE FACTORS
THAT INFLUENCE IT***

**RADEN RORO BENING CATUR PUJIASTUTI^{1*}, SYAIFUL HADI²,
JUM'ATRI YUSRI³**

^{1,2,3}Fakultas Pertanian Universitas Riau

*raden.roro3336@student.unri.ac.id

ABSTRAK

Masyarakat menjadi lebih selektif dalam memilih produk pangan yang akan dikonsumsi karena muncul kesadaran akan bahaya kandungan zat kimia. Hal ini menyebabkan permintaan terhadap produk pangan organik semakin meningkat, salah satunya adalah ayam organik. Namun, pemasaran produk ayam organik masih mengalami kendala terkait harga yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen, menganalisis nilai kesediaan membayar dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar ayam organik. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, Contingent Valuation Method (CVM) dan regresi linear berganda. Penelitian ini dilaksanakan di setiap reseller penjualan ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK di Kota Pekanbaru dari bulan Agustus 2021 hingga Agustus 2022. Sampel diambil secara purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan Konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK rata-rata berusia 44 tahun, berjenis kelamin perempuan, sudah menikah, jenis rumah tangga keluarga dengan jumlah anggota keluarga tergolong kecil, beragama Islam, bersuku Minang, warga Indonesia keturunan pribumi, berdomisili di Kota Pekanbaru, telah menempuh pendidikan tinggi, memiliki pendapatan per bulan di atas Rp 3.500.000,- dan bekerja sebagai wiraswasta. Konsumen yang bersedia membayar lebih untuk ayam organik mentah sebanyak 90,24% konsumen dengan nilai rata-rata WTP berkisar 10% lebih tinggi dari harga saat ini. Faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi nilai kesediaan membayar ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK adalah pendapatan, pendidikan dan alasan membeli ayam organik.

Kata Kunci: Ayam Organik Mentah, Karakteristik Konsumen, Kesediaan Membayar

ABSTRACT

People are becoming more selective in choosing food products to consume because there is awareness of the dangers of chemical substances. This causes the demand for organic food products to increase, one of which is organic chicken. However, the marketing of organic chicken products is still experiencing problems related to high prices. This study aims to describe the characteristics of consumers, analyze the value of willingness to pay and analyze the factors that influence the willingness to pay for organic chickens. This study uses descriptive analysis, Contingent Valuation Method (CVM) and multiple linear regression. This research was carried out in every reseller selling raw organic chicken produced by UD. Rahayu AK in Pekanbaru City from August 2021 to August 2022. The sample was taken by purposive sampling. The results of this study show that consumers of raw organic chicken produced by UD. Rahayu AK is on average 44 years old, female, married, type of household with small family members, Muslim, Minang ethnic, Indonesian of indigenous descent, domiciled in Pekanbaru City, has completed higher education, has monthly income in over Rp. 3,500,000, - and work as an entrepreneur. Consumers who pay more for raw organic chicken are 90.24% consumers with an average WTP value of around 10% higher than the current price.

Significant factors influence the willingness to pay style of raw organic chicken produced by UD. Rahayu AK is income, education and reason to buy organic chicken.

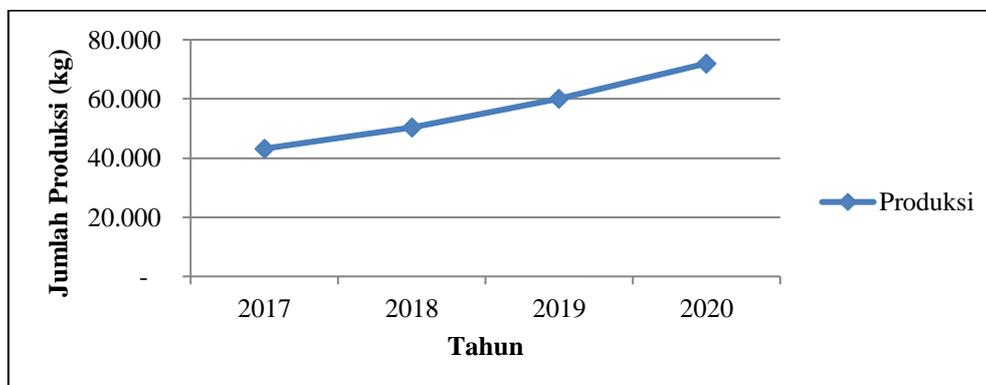
Keywords: Raw Organic Chicken, Consumer Characteristics, Willingness to Pay

PENDAHULUAN

Pola konsumsi masyarakat Indonesia sedang bergeser ke perubahan gaya hidup yang lebih sadar akan kesehatan. Menyadari pergeseran tersebut, berbagai produk organik mulai bermunculan di pasaran (Khorniawati, 2014). Peningkatan permintaan terhadap produk organik disebabkan oleh kecenderungan gaya hidup sehat masyarakat dan pola hidup kembali ke alam, yang mulai sadar untuk

mengonsumsi produk pangan yang rendah residu bahan kimia.

Kecenderungan perubahan konsumsi masyarakat ke pola hidup sehat menyebabkan permintaan terhadap produk organik terus meningkat. Salah satu produk organik yang saat ini diminati masyarakat khususnya di Kota Pekanbaru adalah ayam organik. Hal ini ditunjukkan dengan produksi ayam organik di Kota Pekanbaru yang meningkat setiap tahunnya. Data produksi ayam organik di Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Produksi Ayam Organik di Kota Pekanbaru
Sumber: UD. Rahayu AK, 2021

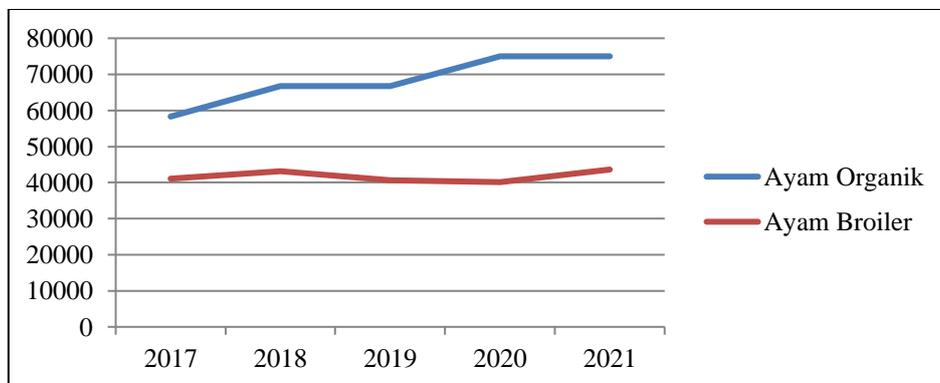
Total produksi ayam organik di UD. Rahayu AK pada tahun 2020 mencapai 72.000 kg yang diolah menjadi beberapa produk olahan. Produk olahan yang paling dominan diproduksi adalah ayam organik mentah kemasan. Ayam

organik yang diolah menjadi ayam mentah kemasan pada tahun 2020 yaitu sebanyak 24.000 kg. Sebanyak 14.400 kg ayam mentah kemasan dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan daging ayam organik di Kota Pekanbaru dan sisanya dipasarkan

ke Kota Batam yaitu sebanyak 9.600 kg. Berdasarkan hal tersebut, rata-rata penjualan ayam organik mentah di Kota Pekanbaru mencapai 1.200 kg/bulan.

Masyarakat mengkonsumsi ayam organik juga karena memiliki riwayat penyakit seperti alergi yang disebabkan oleh mengkonsumsi ayam broiler. Ardianti (2020) mengatakan bahwa kandungan bahan kimia dan suntikan hormon pada ayam broiler dapat menyebabkan alergi pada sebagian orang. Ayam organik bebas dari bahan kimia dan mengandung rendah lemak sehingga dapat terhindar dari alergi dan aman dikonsumsi oleh konsumen penderita kolesterol.

Produk ayam organik memiliki harga jual yang lebih tinggi dibandingkan ayam broiler. Hal ini pula yang menyebabkan distribusi produk ayam organik tidak merata. Villoslada *et al.* (2007) menyatakan bahwa salah satu hambatan utama dalam upaya memperluas penyebaran produk pangan organik adalah harganya yang di atas produk pangan konvensional. Perbandingan harga daging ayam organik dan daging ayam broiler di Kota Pekanbaru sepanjang tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Perbandingan Harga Daging Ayam Organik dan Ayam Broiler di Kota Pekanbaru
Sumber: PHIPS Nasional dan UD. Rahayu AK, 2021

Gambar 2 menunjukkan harga daging ayam organik yang berada cukup jauh di atas harga daging ayam broiler selama 5 tahun terakhir. Harga daging ayam broiler berkisar dari Rp 40.000,- - Rp 43.000,-, sedangkan harga daging ayam organik berkisar dari Rp 50.000,- - Rp 75.000,-. Hal ini memunculkan persepsi

bahwa ayam organik adalah produk yang mahal. Persepsi mengenai harga ayam organik yang dianggap mahal tersebut menjadi kendala bagi produsen untuk mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui seberapa besar nilai kesediaan konsumen untuk membayar (*willingness to pay*) produk

ayam organik dalam melakukan penentuan harga jual.

UD. Rahayu AK merupakan produsen ayam organik yang ada di Kota Pekanbaru. UD. Rahayu AK mulai beroperasi pada tahun 2012. UD. Rahayu AK telah memiliki *reseller* pemasaran di 5 tempat yang tersebar di wilayah Kota Pekanbaru, yaitu UD. Rahayu AK Jalan Tiga Sari, UD. Rahayu AK Jalan Manggis, UD. Rahayu AK Kelurahan Limbungan, Mall Pekanbaru dan Pasar Buah Kota Pekanbaru.

Strategi yang tepat dalam penentuan harga produk ayam organik akan berdampak positif terhadap pengembangan UD. Rahayu AK. Gambaran mengenai nilai kesediaan membayar konsumen pada produk ayam organik tersebut akan menjadi pertimbangan bagi UD. Rahayu AK dalam menentukan harga yang tepat untuk produk ayam organik. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen, menganalisis nilai kesediaan membayar dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar ayam organik. Oleh karena itu, sangat penting bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai nilai kesediaan membayar ayam organik dengan judul “Analisis Kesediaan Membayar

(*willingness to pay*) Ayam Organik Mentah Produksi UD. Rahayu AK Kota Pekanbaru dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan pada semua lokasi penjualan ayam organik UD. Rahayu AK yaitu UD. Rahayu AK Jalan Tiga Sari, UD. Rahayu AK Jalan Manggis, UD. Rahayu AK Kelurahan Limbungan, Mall Pekanbaru dan Pasar Buah Kota Pekanbaru.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan adalah konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK yang telah melakukan pembelian ayam organik minimal 1 kali, membeli ayam organik untuk dikonsumsi dan sudah berumur diatas 18 tahun.

Pengambilan jumlah sampel disesuaikan dengan pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2016) yang memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian yaitu, a) ukuran sampel yang layak untuk penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500; b) bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang

diteliti. Misalnya, jumlah variabel penelitian lima variabel (*independent & dependent*), maka jumlah sampel minimal = $5 \times 10 = 50$ orang.

Jumlah variabel pada penelitian ini adalah tujuh variabel yang terdiri dari satu *dependent variable* dan tujuh *independent*

variable. Maka, jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah = $8 \times 10 = 80$ responden. Jumlah sampel untuk setiap cabang diambil berdasarkan jumlah penjualan setiap bulannya secara proporsional sebagai berikut:

Tabel 1. Pengambilan Sampel

Lokasi Penjualan	Jumlah Penjualan (kg/bulan)	Persentase Penjualan (%)	Jumlah Sampel
UD. Rahayu AK Jl. Tiga Sari	800	66,67	$66,67\% \times 80 = 53,33$ Sehingga 54 sampel yang diambil.
UD. Rahayu AK Jl. Manggis	150	12,50	$12,50\% \times 80 = 10$ Sehingga 10 sampel yang diambil.
UD. Rahayu AK Kel. Limbungan	150	12,50	$12,50\% \times 80 = 10$ Sehingga 10 sampel yang diambil.
Mall Pekanbaru	50	4,17	$4,17\% \times 80 = 3,34$ Sehingga 4 sampel yang diambil.
Pasar Buah Kota Pekanbaru	50	4,17	$4,17\% \times 80 = 3,34$ Sehingga 4 sampel yang diambil.
Total	1200	100	82 sampel

Jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 82 responden. Jumlah tersebut merupakan jumlah yang dapat mewakili seluruh konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK.

Tujuan penelitian pertama adalah untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK yang dianalisis dengan analisis deskriptif. Tujuan penelitian kedua adalah untuk menganalisis nilai kesediaan membayar (*willingness to pay*) ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK yang dianalisis dengan *Contingent*

Valuation Method (CVM). Dan tujuan penelitian ketiga adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai kesediaan membayar (*willingness to pay*) ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK yang dianalisis dengan analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Pengelompokan karakteristik konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Karakteristik Konsumen Ayam Organik Mentah UD. Rahayu AK Kota Pekanbaru

No.	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Usia			
1.	18 – 40	26	31,71
2.	41 – 60	56	68,29
3.	>60	0	0
	Total	782	100
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Konsumen			
1.	Laki- Laki	23	28,05
2.	Perempuan	59	71,95
	Total	82	100
Karakteristik Berdasarkan Status Pernikahan Konsumen			
1.	Sudah Menikah	78	95,12
2.	Belum Menikah	4	4,88
	Total Responden	82	100
Karakteristik Berdasarkan Jenis Rumah Tangga Konsumen			
1.	Rumah Tangga Keluarga	81	98,78
2.	Bukan Rumah Tangga Keluarga	1	1,22
	Total Responden	82	100

Tabel 2. Karakteristik Konsumen Ayam Organik Mentah UD. Rahayu AK Kota Pekanbaru (Lanjutan)

No.	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tanggungan Konsumen			
1.	Keluarga Kecil (Jumlah Anggota Keluarga ≤ 4 Orang)	43	52,44
2.	Keluarga Besar (Jumlah Anggota Keluarga > 4 Orang)	39	47,56
	Total Responden	82	100
Karakteristik Berdasarkan Agama Konsumen			
1.	Islam	75	91,46
2.	Protestan	5	6,10
3.	Khatolik	1	1,22
4.	Budha	1	1,22
5.	Hindu	0	0
6.	Kong Hu Cu	0	0
	Total Responden	82	100
Karakteristik Berdasarkan Suku Bangsa Konsumen			
1.	Melayu	24	29,27
2.	Minang	28	34,15
3.	Jawa	21	25,61
4.	Batak	7	8,54
5.	Lainnya	2	2,44
	Total Responden	82	100
Karakteristik Berdasarkan Warga Indonesia Keturunan Konsumen			
1.	Pribumi	80	97,56
2.	Lainnya	2	2,44
	Total Responden	82	100
Karakteristik Berdasarkan Lokasi Geografi Konsumen			
1.	Kota Pekanbaru	78	95,12
2.	Luar Kota Pekanbaru	4	4,88
	Total Responden	82	100
Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Konsumen			
1.	Sekolah Dasar (SD/MI)	0	0
2.	Sekolah Menengah (SMP/MTS atau SMA/MAN)	21	25,61
3.	Pendidikan Tinggi (Diploma, S1, S2, S3)	61	74,39

	Total Responden	82	100
Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendapatan Konsumen			
1.	< Rp 1.500.000	0	0
2.	Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000	1	1,22
3.	Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000	1	1,22
4.	>Rp 3.500.000	80	97,56
	Total Responden	82	100
Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan Konsumen			
1.	Wiraswasta	27	32,93
2.	PNS/TNI/POLRI	8	9,76
3.	Pegawai Swasta	16	19,51
4.	Profesi (Dokter, Guru, Dosen, dll)	19	23,17
5.	Lainnya	12	14,63
	Total Responden	82	100

Analisis Kesiediaan Membayar Konsumen Ayam Organik Mentah Produksi UD. Rahayu AK Membuat Pasar Hipotesis

Pasar hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut.

“Ayam organik adalah ayam ras pedaging yang dipelihara tanpa menggunakan produk yang mengandung bahan kimia seperti vaksin, hormon, obat-obatan maupun vitamin buatan pabrik. Selama pemeliharaan ayam organik UD. Rahayu AK diberi asupan herbal dari 54 rempah guna meningkatkan kekebalan tubuhnya. Ayam organik UD. Rahayu AK telah mendapatkan hasil uji laboratorium dari IPB Bogor mengenai kandungan nutrisi ayam organik. Hasilnya adalah ayam organik UD. Rahayu AK mengandung omega 3, 6, 9 yang tidak terdapat pada kandungan ayam broiler. Mengandung protein lebih tinggi dan rendah lemak

sehingga aman dikonsumsi bagi penderita kolesterol. Selain itu, dari hasil pengujian laboratorium juga menunjukkan bahwa ayam organik tidak terdeteksi bakteri salmonella dan kandungan bahan kimia lainnya seperti pestisida dan antibiotik sehingga aman dikonsumsi bagi konsumen yang mengidap alergi pada kandungan bahan kimia. Hal ini membuktikan bahwa ayam organik memiliki gizi lebih tinggi dibandingkan dengan ayam broiler. Ayam organik juga bebas dari residu bahan kimia dan aman untuk dikonsumsi dalam jangka panjang. Selain itu, daging ayam organik tidak terlalu amis, lebih enak dan gurih, serta tidak menyusut saat dimasak karena tidak banyak mengandung air seperti ayam broiler. Kehalalan ayam organik UD. Rahayu AK juga tidak diragukan lagi karena telah mendapatkan sertifikat halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI dan telah mendapatkan

sertifikat juru sembelih yang dikeluarkan oleh MUI. Hingga saat ini, ayam organik UD. Rahayu AK dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan ayam organik di dalam dan luar Kota Pekanbaru. Di Kota Pekanbaru terdapat 5 outlet ayam organik UD. Rahayu AK, yaitu di Jalan Tiga Sari, di Jalan Manggis, di Kelurahan Limbungan, di Mall Pekanbaru dan di Pasar Buah Kota Pekanbaru.”

Gambaran informasi tersebut dapat membangun hipotesis konsumen sebagai responden dalam penelitian ini, agar mereka dapat mengetahui seberapa pentingnya memilih ayam organik sebagai bahan pangan untuk dikonsumsi, sehingga dapat pula diketahui berapa nilai yang dapat responden berikan pada produk ayam organik yang akan mereka beli.

Penentuan Nilai Lelang (WTP)

Langkah yang dilakukan setelah membuat pasar hipotesis adalah menentukan besaran nilai *willingness to pay* dengan cara mengetahui terlebih dahulu nilai lelang suatu produk. Menurut

Suwanda (2012) tujuan kegiatan tersebut untuk mendapatkan nilai yang bersedia dibayar responden terhadap suatu produk. Responden diberi pertanyaan mengenai nilai maksimum yang bersedia dibayarkan untuk membeli ayam organik mentah, tanpa adanya nilai tawaran lain yang diberikan. Responden diberikan kebebasan untuk menyatakan nilai maksimum yang ingin dibayarkan. Selisih antara harga ayam organik mentah saat ini dengan nilai maksimum yang bersedia dibayarkan responden akan dijadikan nilai WTP masing-masing responden.

Rata-rata Nilai Lelang (WTP)

Dugaan rata-rata nilai lelang (WTP) responden terhadap ayam organik diperoleh berdasarkan nilai lelang yang didapatkan dari 82 responden. Dugaan rata-rata nilai lelang (WTP) dihitung dengan rumus rata-rata tertimbang. Hasil perhitungan pada penelitian ini didapatkan dugaan rata-rata nilai lelang (WTP) terhadap pembelian ayam organik yang dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Distribusi Rata-Rata Nilai Lelang WTP

	Nilai WTP (Rp)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Nilai Rata-Rata WTP (Rp)
1. Tidak bersedia membayar lebih	0	8	9.76	0
2. Bersedia membayar lebih	1000	5	6.10	61
	2000	5	6.10	122
	2500	3	3.66	91
	3000	4	4.88	146
	4000	1	1.22	49

4500	1	1.22	55
5000	19	23.17	1.159
6000	1	1.22	73
7000	4	4.88	341
8000	1	1.22	98
9000	2	2.44	220
10000	10	12.20	1.220
12000	2	2.44	293
12500	1	1.22	152
13000	1	1.22	159
15000	4	4.88	732
17000	1	1.22	207
20000	7	8.54	1.707
25000	2	2.44	610
Total	82	100	7.494

Tabel 17 menunjukkan bahwa sebanyak 90,24% konsumen bersedia membayar lebih dalam pembelian ayam organik mentah sedangkan sisanya tidak bersedia membayar lebih. Berdasarkan hasil olahan data, nilai rata rata WTP yang didapatkan adalah Rp 7.494. Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa responden yang memiliki riwayat penyakit rela membayar lebih tinggi untuk produk ayam organik mentah. Hal ini dikarenakan produk tersebut menjadi salah satu alternatif bagi konsumen untuk tetap bisa mendapatkan protein hewani dari daging ayam.

Nilai WTP yang didapat 10% lebih tinggi dari harga ayam organik mentah saat

ini sehingga dapat disimpulkan bahwa UD. Rahayu AK memiliki prospek usaha yang bagus untuk dikembangkan khususnya di Kota Pekanbaru. Hal ini dapat menjadi masukan bagi UD. Rahayu AK untuk memperhatikan dan menjaga kualitas ayam organik mentah yang dijual, serta lebih memperhitungkan dengan cermat harga jual ayam organik mentah yang diproduksi.

Faktor faktor yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar Ayam Organik Mentah Produksi UD. Rahayu AK Hasil Pengujian Asumsi Klasik Uji Normalitas

Hasil uji normalitas yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Asymp. Sig.	Pembanding Asymp. Sig.	Keputusan
0.200	> 0.05	Terdistribusi Normal

Tabel hasil uji normalitas pada data penelitian menunjukkan bahwa nilai

asymptotic significance > 0.05 yaitu sebesar 0.200. Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal.

Hasil dari pengujian multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5 berikut:

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Coefficients			Pembanding VIF	Keputusan
	Tolerance	Pembanding Tolerance	VIF		
X1	0.646	>0.1	1.547	<10	Tidak berpengaruh nyata
X2	0.779	>0.1	1.284	<10	Tidak berpengaruh nyata
X3	0.685	>0.1	1.461	<10	Tidak berpengaruh nyata
X4	0.830	>0.1	1.205	<10	Tidak berpengaruh nyata
D1	0.885	>0.1	1.129	<10	Tidak berpengaruh nyata
D2	0.478	>0.1	2.093	<10	Tidak berpengaruh nyata
D3	0.713	>0.1	1.403	<10	Tidak berpengaruh nyata

Tabel hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *Tolerance* setiap variabel > 0.1 dan nilai VIF setiap variabel < 10, sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini multikolinearitas diantara variabel-variabel bebas tidak berpengaruh nyata.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	Coefficients		Keputusan
	Signifikan	Pembanding Signifikan	
X1	0.260	>0.05	Tidak berpengaruh nyata
X2	0.644	>0.05	Tidak berpengaruh nyata
X3	0.229	>0.05	Tidak berpengaruh nyata
X4	0.781	>0.05	Tidak berpengaruh nyata
D1	0.865	>0.05	Tidak berpengaruh nyata
D2	0.420	>0.05	Tidak berpengaruh nyata
D3	0.214	>0.05	Tidak berpengaruh nyata

Tabel hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel X1, X2, X3, X4, D1, D2 dan D3 masing-masing > 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa heteroskedastisitas

diantara variabel-variabel bebas tidak berpengaruh nyata.

Pengaruh Faktor-faktor yang Diduga Mempengaruhi Nilai *Willingness to Pay*

Ayam Organik Mentah Produksi UD. Rahayu AK

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Ayam Organik Mentah Produksi UD. Rahayu AK

Independent Variable	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6598.535	4314.306		-1.529	.103
X1	-10.436	70.539	-.012	-.148	.883
X2	.001	.000	.366	4.914	.000
X3	-115.571	332.324	-.028	-.348	.729
X4	466.512	225.667	.149	2.067	.042
D1	453.591	985.287	.032	.460	.647
D2	-524.589	2797.302	-.018	-.188	.852
D3	9720.878	1244.603	.608	7.810	.000

a. Dependent Variable: WTP

Koefisien regresi usia (X1) sebesar -10.436, artinya jika usia bertambah satu tahun, maka Y (WTP) akan mengalami penurunan sebesar Rp 10.436 dengan asumsi bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK seluruhnya masih berada pada usia produktif. Seseorang dengan usia lebih muda akan lebih sensitif dengan isu lingkungan. Menurut Junaedi (2003) orang yang lebih muda lebih mau membeli untuk produk yang memiliki kesadaran lingkungan, dalam hal ini adalah ayam organik yang mana produk ayam organik rendah residu kimia dan lebih ramah lingkungan. Hal ini lah yang mendasari bahwa konsumen dengan usia lebih muda

akan lebih bersedia untuk membayar lebih terhadap produk ayam organik.

Koefisien regresi pendapatan (X2) sebesar 0.001, artinya jika pendapatan naik sebesar satu rupiah, maka Y (WTP) akan mengalami peningkatan sebesar Rp 0.001 dengan asumsi bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Menurut penggolongan pendapatan yang ditetapkan oleh BPS, hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK didominasi oleh konsumen yang memiliki pendapatan sangat tinggi. Fajria *et al.* (2020) dalam penelitiannya menyatakan konsumen yang memiliki jumlah pendapatan yang lebih tinggi akan mampu untuk memenuhi kebutuhan keluarganya lebih baik, dalam penelitian ini adalah

membeli ayam organik sebagai salah satu bahan pangan yang berkualitas baik.

Koefisien regresi jumlah tanggungan keluarga (X3) sebesar -115.571, artinya jika jumlah anggota keluarga bertambah sebanyak satu orang, maka Y (WTP) akan mengalami penurunan sebesar Rp 115.579 dengan asumsi bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK rata-rata memiliki tanggungan keluarga sebanyak 1- 4 orang. Semakin bertambahnya tanggungan keluarga, maka semakin besar biaya yang harus dikeluarkan sehingga alokasi dana untuk membayar lebih ayam organik mentah akan semakin berkurang.

Koefisien regresi pendidikan (X4) sebesar 466.512, artinya jika pendidikan bertambah sebanyak satu tahun, maka Y (WTP) akan mengalami peningkatan sebesar Rp 466.512 dengan asumsi bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK rata-rata telah menempuh pendidikan tinggi. Hal ini sejalan dengan pendapat Fajria *et al.* (2020) yang mengatakan bahwa tingkat pendidikan

berpengaruh terhadap nilai kesediaan membayar seseorang.

Koefisien regresi jenis kelamin (D1) sebesar 453.591, artinya konsumen dengan jenis kelamin perempuan mempengaruhi peningkatan nilai Y (WTP) sebesar Rp 453.591 dengan asumsi bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK didominasi oleh konsumen dengan jenis kelamin perempuan. Hal ini sejalan dengan penelitian Manggala (2017) yang mengatakan bahwa untuk mengatur keuangan makanan dan pemilihan jenis makanan yang dimakan di rumah ditentukan sebagian besar oleh perempuan.

Koefisien regresi status pernikahan (D2) sebesar -524.589, artinya konsumen yang sudah menikah mempengaruhi penurunan nilai Y (WTP) sebesar Rp 524.589 dengan asumsi bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK sebagian besar telah berstatus sudah menikah dan telah memiliki anak. Amalia (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa responden yang sudah menikah memiliki kebutuhan yang lebih tinggi dan cenderung

mengalokasikan dana WTP lebih sedikit dibandingkan responden yang belum menikah.

Koefisien regresi alasan membeli ayam organik (D3) sebesar 9720.878, artinya konsumen yang membeli ayam organik dengan alasan memiliki riwayat penyakit mempengaruhi peningkatan nilai Y (WTP) sebesar Rp 9,720.878 dengan asumsi bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, alasan konsumen membeli ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK terbagi menjadi dua yaitu untuk memenuhi gaya hidup dan adanya

riwayat penyakit. Konsumen ayam organik mentah dengan adanya riwayat penyakit bersedia membayar lebih tinggi untuk produk ayam organik dibandingkan dengan konsumen yang membeli untuk memenuhi gaya hidup.

Pengujian Hipotesis Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Ayam Organik Mentah Produksi UD. Rahayu AK

Uji f

Nilai koefisien determinasi yang ditentukan dengan nilai *adjusted R square* dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.681	.650	3771.416

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R square*) yang diperoleh sebesar 0,650. Hasil uji f yang mempengaruhi nilai

kesediaan membayar (*willingness to pay*) ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK dapat dilihat pada Tabel 9 berikut:

Tabel 9. Hasil uji f faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK

ANOVA						Keputusan
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
Regression	2243702351	7	320528907.3	22.535	.000 ^b	H ₁ diterima
Residual	1052544600	74	14223575.67			
Total	3296246951	81				

Tabel hasil uji f faktor-faktor yang mempengaruhi nilai kesediaan membayar ayam organik mentah diatas menunjukkan

bahwa nilai dari f hitung > f tabel (22.535 > 2.136) dan nilai tingkat probabilitas > nilai signifikansi (0.05 > 0.00). Hal ini

menunjukkan bahwa variabel usia (X1), pendapatan (X2), jumlah anggota keluarga (X3), pendidikan (X4), jenis kelamin (D1), status pernikahan (D2) dan alasan membeli ayam organik (D3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai

kesediaan membayar ayam organik mentah (Y).

Uji T

Hasil uji t faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK dapat dilihat pada Tabel 10 berikut:

Tabel 10. Hasil uji t faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK

Variabel Bebas	T-hitung	T-tabel	Signifikan	Pembanding Signifikan	Keputusan
X1	-0.148	1.993	0.883	0.05	H ₁ ditolak
X2	4.914	1.993	0.000	0.05	H ₁ diterima
X3	-0.348	1.993	0.729	0.05	H ₁ ditolak
X4	2.067	1.993	0.042	0.05	H ₁ diterima
D1	0.460	1.993	0.647	0.05	H ₁ ditolak
D2	-0.188	1.993	0.852	0.05	H ₁ ditolak
D3	7.810	1.993	0.000	0.05	H ₁ diterima

Variabel X2 (pendapatan) memiliki nilai t hitung > t tabel ($4.914 > 1.993$) dan tingkat probabilitas > signifikansi ($0.05 > 0.00$). Hal ini menunjukkan variabel X2 secara signifikan mempengaruhi nilai kesediaan membayar konsumen ayam organik. Radam *et al.* (2010) yang menyatakan bahwa konsumen dengan pendapatan yang lebih tinggi akan lebih mampu membayar produk lingkungan. Berdasarkan survei yang dilakukan, konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK didominasi oleh kalangan menengah ke atas dengan rata-rata pendapatan perbulan > Rp 3.500.000. T hitung menunjukkan nilai yang positif, artinya konsumen dengan pendapatan yang

lebih tinggi memiliki kemungkinan yang lebih tinggi pula untuk bersedia membayar lebih dari harga saat ini.

Variabel X4 (pendidikan) memiliki nilai t hitung > t tabel ($2.067 > 1.993$) dan tingkat probabilitas > signifikansi ($0.05 > 0.042$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat pendidikan secara signifikan mempengaruhi nilai kesediaan membayar konsumen ayam organik. Canavari *et al.* (2002) dalam Aufanada *et al.* (2017) menyatakan bahwa tingkat pendidikan merupakan kontributor positif terhadap kesediaan membayar produk pangan organik dalam rangka menghilangkan unsur kimia pada produk pangan. Berdasarkan survei yang dilakukan,

konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK rata-rata telah menempuh pendidikan tinggi (S1). T hitung menunjukkan nilai yang positif, artinya semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi pula kecenderungannya bersedia membayar lebih untuk produk ayam organik.

Variabel D3 (alasan membeli ayam organik) memiliki nilai t hitung $> t$ tabel ($7.810 > 1.993$) dan tingkat probabilitas $>$ signifikansi ($0.05 > 0.00$). Hal ini menunjukkan variabel D3 secara signifikan mempengaruhi nilai kesediaan membayar konsumen ayam organik. Febrita (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa alasan konsumen membeli pangan organik adalah sebagai pemenuhan gaya hidup dan adanya riwayat penyakit. Hal ini berkaitan dengan seberapa penting bagi konsumen untuk mengkonsumsi ayam organik. Berdasarkan survei yang dilakukan, konsumen yang membeli ayam organik dengan alasan memiliki riwayat penyakit lebih rela memberikan harga yang lebih tinggi untuk nilai kesediaan membayarnya, dibandingkan konsumen yang mengkonsumsi ayam organik sebagai pemenuhan gaya hidup.

Variabel X1 (usia) memiliki nilai t hitung $< t$ tabel ($-0.148 < 1.993$) dan tingkat probabilitas $<$

signifikansi ($0.05 < 0.883$), variabel X3 (jumlah tanggungan keluarga) memiliki nilai t hitung $< t$ tabel ($-0.348 < 1.993$) dan tingkat probabilitas $<$ signifikansi ($0.05 < 0.729$), variabel D1 (jenis kelamin) memiliki nilai t hitung $< t$ tabel ($0.460 < 1.993$) dan tingkat probabilitas $<$ signifikansi ($0.05 < 0.647$) dan variabel D2 (status pernikahan) memiliki nilai t hitung $< t$ tabel ($-0.188 < 1.993$) dan tingkat probabilitas $<$ signifikansi ($0.05 < 0.852$). Hal ini menunjukkan variabel usia, jumlah tanggungan keluarga, jenis kelamin dan status pernikahan tidak dapat memenuhi syarat nilai untuk mempengaruhi variabel dependen, artinya pada taraf kepercayaan 95% variabel status pernikahan tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai kesediaan membayar ayam organik mentah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat maka dapat disimpulkan sebagai berikut, a) konsumen ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK rata rata berusia 44 tahun, berjenis kelamin perempuan, sudah menikah, jenis rumah tangga keluarga dengan jumlah anggota keluarga tergolong kecil, beragama Islam, bersuku Minang, warga Indonesia keturunan

pribumi, berdomisili di Kota pekanbaru, telah menempuh pendidikan tinggi, memiliki pendapatan per bulan diatas Rp 3.500.000,- dan bekerja sebagai wiraswasta; b) konsumen yang bersedia membayar lebih untuk ayam organik mentah sebanyak 90,24% konsumen dengan nilai rata-rata WTP berkisar 10% lebih tinggi dari harga saat ini; c) faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi *willingness to pay* ayam organik mentah produksi UD. Rahayu AK adalah pendapatan, pendidikan dan alasan membeli ayam organik.

Saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil yang dijelaskan dalam penelitian, adalah sebagai berikut, a) UD. Rahayu AK dapat memperluas jangkauan pasar, karena dari hasil penelitian konsumen yang membeli ayam organik tidak hanya berasal dari Kota Pekanbaru; b) nilai WTP yang didapat 10% lebih tinggi dari harga ayam organik mentah saat ini sehingga dapat menjadi masukan bagi UD. Rahayu AK untuk memperhatikan dan menjaga kualitas ayam organik mentah yang dijual, serta lebih memperhitungkan dengan cermat harga jual ayam organik mentah yang diproduksi; c) peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian. Tidak hanya meneliti variabel-variabel yang telah dijelaskan, dapat juga

meneliti variabel lain seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, atribut ataupun promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. (2011). Analisis Kesiediaan Membayar dalam Upaya Pelestarian Lingkungan Obyek Wisata Tirta Jangari Waduk Cirata Desa Bobojong Kecamatan Mande Kabupaten Cianjur. *Skripsi* (Tidak dipublikasikan). Institut Pertanian Bogor, Bogor
- Ardianti, D. (2020). *Gatal-gatal Setelah Makan Ayam, Apakah Alergi? SehatQ*. www.sehatq.com
- Aufanada, V., Ekowati, T., & Prastiwi, W. D. (2017). Kesiediaan Membayar Produk Sayuran Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *Jurnal Agribisnis*, 3(2), 67-75. <https://doi.org/10.18196/agr.3246>
- 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. *Jurnal Agribisnis*, 17(1), 40-48. <https://doi.org/10.20961/sepa.v17i1.39863>
- Febrita, R. R. C. R. (2017). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Beras Organik (Studi Kasus: Gelael Signature di Kota Makassar). *Skripsi* (Tidak dipublikasikan). Universitas Hasanuddin, Makassar
- Khorniawati, M. (2014). Produk pertanian organik di Indonesia: Tinjauan atas

- preferensi konsumen Indonesia terhadap produk pertanian organik lokal. *Jurnal Studi Manajemen*, 8(2), 171-182.
<https://doi.org/10.21107/kompetensi.v8i2.657>
- Manggala, Y. (2017). Pengaruh Gender Terhadap Pengambilan Keputusan Rumah Tangga Indonesia. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta
- Radam, A., M. R. Yacob, T. S. Bee dan J. Selamat. 2010. Consumers perceptions, attitudes and willingness to pay towards food products with “no added MSG” labeling. *Jurnal Internasional Studi Pemasaran*. 2(1):65-77.
<https://doi.org/10.5539/ijms.v2n1p65>
- Suwanda, A. D. (2012). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Beras Analog di Serambi Botani Botani Square Bogor. *Skripsi* (Tidak dipublikasikan). Institut Pertanian Bogor, Bogor