

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR PRODUK SAYURAN PADA SAYURBOX

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis**



Diajukan oleh :

ARNESIA RAMADANI PUTRI MEGA

NPM : 17024010028

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2022**

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR PRODUK SAYURAN PADA SAYURBOX

Oleh :

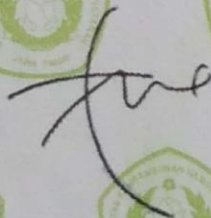
ARNESIA RAMADANI PUTRI MEGA

NPM : 17024010028

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 13 Januari 2022**

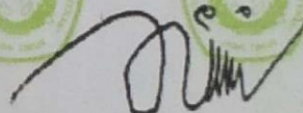
Menyetujui,

Pembimbing Pendamping



Wahyu Santoso, SP, MMA
NPT. 181119830925074

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si
NIP. 19601227 199103 2001

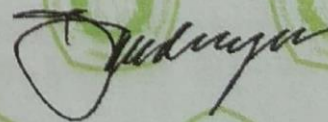
Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. RA. Nora Augustien K., MP
NIP. 19590824 198703 2001

Ketua Jurusan Agribisnis



Dr. Ir. Sudiarto, MM
NIP. 19600105 198903 1 001

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR PRODUK SAYURAN PADA SAYURBOX

Diajukan Oleh :

ARNESIA RAMADANI PUTRI MEGA

NPM : 17024010028

**Telah Direvisi Pada Tanggal
13 Januari 2022**

Menyetujui,

Pembimbing Pendamping



**Wahyu Santoso, SP, MMA
NPT. 181119830925074**

Pembimbing Utama



**Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si
NIP. 19601227 199103 2001**

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Pemendiknas No. 17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme

Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul :

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR PRODUK SAYURAN PADA SAYURBOX

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya sanggup mempertanggung jawabkan sesuai dengan hukum dan perundangan yang berlaku.

Surabaya, 13 Januari 2022

Yang Membuat pernyataan



Arnesia Ramadani Putri Mega

NPM. 17024010028

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul Analisis Kesiediaan Membayar Produk Sayuran Pada Sayurbox

Dalam hal ini penulis menyadari bahwa segala keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari sang khaliq Allah S.W.T dan juga tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada : Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si selaku dosen pembimbing utama dan Wahyu Santoso, SP., MMA selaku dosen pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, masukan serta meluangkan waktu dan tenaganya dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk membimbing penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr.Ir. Nora Agustien K, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Dr.Ir. Sudiyarto, MM selaku ketua Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian-Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Ir. Sri Widayanti, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian-Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Dr.Ir.Hamidah Hendrarini, M.Si dan Wahyu Santoso, SP, MMA selaku dosen penguji skripsi penulis.
5. Orang tua yang telah banyak memberikan dukungan do'a, semangat dan kasih sayang yang tak terhingga.
6. Diri sendiri yang telah mampu berjuang dan berusaha menyelesaikan tulisan ini dari awal hingga tercetaknya tulisan ini.

6. Sahabat-sahabat saya Sheila, thinesia, fanny, dan nabila yang selalu menyemangati dan turut berjuang dalam suka duka masa kuliah serta teman-teman jurusan agribisnis 2017.
7. Rekan-rekan saya bagaskara, tsania dan teman-teman Beasiswa DAU Volunteer yang selalu memberi dukungan saya selama pengerjaan skripsi, serta semua pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Namun demikian penulis menyadari sepenuhnya bahwa isi maupun penyajian proposal penelitian ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu penulis harapan kepada pembaca, kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan kesempurnaan proposal penelitian ini. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca umumnya.

Surabaya, 13 Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 E-Agribusiness	14
2.3 Perilaku Konsumen	18
2.4 Karakteristik Konsumen	19
2.5 Pengertian dan Metode Memperoleh <i>Willingness to pay</i>	20
2.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness to pay</i>	26
2.7 Sayurbox.....	32
2.8 Kerangka Penelitian dan Kerangka Pemikiran	33

2.9 Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	42
3.2 Penentuan Sampel	42
3.3 Pengumpulan Data	44
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	45
3.5 Analisis Data.....	48
3.5.1 Metode Analisis	48
3.5.2 Uji Instrumen Penelitian.....	54
3.5.3 Pengujian Hipotesis.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	58
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Sayurbox	58
4.1.2 Visi Misi Sayurbox	59
4.1.3 Struktur Organisasi Sayurbox.....	59
4.1.4 Ketenagakerjaan di Sayurbox.....	64
4.1.5 Alur Pemasaran Sayurbox.....	65
4.1.6 Produk Sayurbox.....	68
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	71
4.2.1 Uji Validitas	71
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	75
4.3 Karakteristik Konsumen Produk Sayuran Melalui <i>Online market</i> Sayurbox yang Berkaitan dengan WTP	76
4.4 Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to pay</i>) Produk Sayuran Melalui <i>Online market</i> Sayurbox	83

4.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to pay</i>) Produk Sayuran Melalui <i>Online market</i> Sayurbox	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN	119

DAFTAR TABEL

Nomor	<u>Judul</u>	Halaman
3.1.	Definisi Operasional, Indikator, dan Pengukuran Variabel	39
4.1	Uji Validitas Kuesioner.....	71
4.2	Uji Reliabilitas Kuesioner	77
4.3	Karakteristik Responden terhadap WTP Berdasarkan Kelompok Usia	77
4.4	Karakteristik Responden terhadap WTP Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.5	Karakteristik Responden terhadap WTP Berdasarkan Pendidikan	79
4.6	Karakteristik Responden terhadap WTP Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	79
4.7	Karakteristik Responden terhadap WTP Berdasarkan Pekerjaan	80
4.8	Karakteristik Responden terhadap WTP Berdasarkan Pendapatan.....	81
4.9	Karakteristik Responden terhadap WTP Berdasarkan Media Informasi.....	82
4.10	Sebaran Kesiediaan Membayar Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Melalui Online Market Sayurbox	84
4.11	Kenaikan Harga Maksimal yang Bersedia Dibayar Oleh Konsumen.....	89
4.12	Distribusi Nilai WTP Responden Sayur Kangkung.....	90
4.13	Distribusi Nilai WTP Responden Sayur Bayam.....	90
4.14	Distribusi Nilai WTP Responden Sayur Sawi Hijau	90
4.15	Distribusi Nilai WTP Responden Sayur Kacang Panjang.....	90
4.16	Rata-rata Maksimum WTP Pembelian Sayuran Secara Online	91
4.17	Distribusi Agregasi Total WTP (TWTP) Kangkung.....	94
4.18	Distribusi Agregasi Total WTP (TWTP) Bayam.....	95
4.19	Distribusi Agregasi Total WTP (TWTP) Sawi Hijau	95
4.20	Distribusi Agregasi Total WTP (TWTP) Kacang Panjang	95
4.21	Agregasi Maksimum WTP Responden.....	95
4.22	Hasil Uji Normalitas.....	97

4.23 Hasil Uji Multikolinearitas	98
4.24 Hasil Koefisien Determinasi Analisis Regresi Linier Berganda	100
4.25 Hasil Uji F-Statistik Analisis Regresi Linier Berganda.....	102
4.26 Hasil Uji T-Statistik Analisis Regresi Linier Berganda.....	102

DAFTAR GAMBAR

Nomor	<u>Judul</u>	Halaman
1.1	Perkembangan Konsumsi Sayur Dan Buah, Tahun 2015 – 2020)	1
1.2	Perkembangan Jumlah Transaksi E-Commerce Di Indonesia	2
1.3	Pengeluaran Rata-rata per Kapita Seminggu Untuk Mengonsumsi Sayuran di Indonesia	3
2.1	Kurva <i>Willingness to pay</i>	22
2.2	Kerangka Penelitian.....	36
2.3	Kerangka Pemikiran.....	39
3.1	Tahap Contingent Valuation Method (CVM)	48
4.1	Struktur Organisasi Sayurbox	60
4.2	Rantai Pasok Sayurbox	65
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat pendidikan Terakhir	79
4.6	Sebaran Responden Berdasarkan Kesiediaan Membayar.....	85
4.7	Grafik Nilai Lelang Kangkung.....	86
4.8	Grafik Nilai Lelang Bayam	86
4.9	Grafik Nilai Lelang Sawi Hijau.....	87
4.10	Grafik Nilai Lelang Kacang Panjang.....	87
4.11	Kurva WTP Kangkung	92
4.12	Kurva WTP Bayam	92
4.13	Kurva WTP Sawi Hijau.....	93
4.14	Kurva WTP Kacang Panjang	93
4.15	Uji Grafik Normalitas P-Plot	98
4.16	Uji Grafik Heterokedastisitas Scatterplot.....	99

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR PRODUK SAYURAN PADA SAYURBOX

Arnesia Ramadani Putri Mega, Hamidah Hendrarini, Wahyu Santoso
Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

ABSTRAK

Perkembangan di zaman revolusi industri 4.0 terjadi di berbagai sektor, termasuk di dalam sektor pertanian. Perubahan gaya hidup menjadi faktor adanya perubahan dalam pemilihan tempat masyarakat untuk berbelanja sayur yaitu dari offline market (pasar, supermarket) menjadi pembelian secara online. Sayurbox merupakan salah satu online market yang bergerak dibidang jual beli produk pertanian seperti sayuran, buah dll tanpa harus susah payah pergi berbelanja ke pasar ataupun tukang sayur keliling maupun konvensional. Adanya perbedaan persepsi mengenai harga atau adanya kenaikan harga terhadap sayur yang dijual juga tidak kalah dengan produk yang dijual di offline market karena kualitas produk dan pelayanan yang ditawarkan telah mengalami peningkatan. Maka dari pada itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Mendeskripsikan karakteristik konsumen produk sayuran melalui online market Sayurbox, 2) Menganalisis nilai estimasi kesediaan membayar (Willingness to Pay) konsumen produk Sayuran pada online market Sayurbox, 3) Menganalisis faktor-faktor terhadap keputusan kesediaan membayar (willingness to pay) pembelian sayuran pada Sayurbox. Jumlah populasi sampel pada penelitian yaitu sebanyak 100 orang dan pengambilan sampel secara Purposive Sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, Contingent Valuation Method (CVM) dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata maksimum WTP terhadap produk sayur melalui online market untuk jenis sayur kangkung lebih tinggi 29.5%, bayam lebih tinggi 26.1%, sawi hijau lebih tinggi 26.4%, dan kacang panjang lebih tinggi 26.3% dari harga pada saat penelitian. Faktor yang mempengaruhi Willingness to pay konsumen terhadap produk sayuran melalui online market yaitu variabel jenis kelamin, usia, pendapatan, kualitas layanan, media informasi, dan motivasi pembelian.

Kata Kunci : Willingness to Pay, Sayuran, Online Market, CVM

ANALYSIS OF WILLINGNESS TO PAY FOR VEGETABLE PRODUCTS THROUGH ONLINE MARKET SAYURBOX

Arnesia Ramadani Putri Mega, Hamidah Hendrarini, Wahyu Santoso
Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

ABSTRACT

Developments in the era of the industrial revolution 4.0 occurred in various sectors, including the agricultural sector. Lifestyle changes are a factor in the change in people's choice of places to shop for vegetables, namely from offline markets (markets, supermarkets) to online purchases. Sayurbox is an online market that is engaged in buying and selling agricultural products such as vegetables, fruit, etc. without having to bother going shopping at the market or traveling vegetable vendors or conventional ones. There are differences in perceptions about prices or an increase in prices for vegetables sold, which are not inferior to products sold in offline markets because the quality of products and services offered has increased. Therefore, this study aims to find out: 1) Describe the characteristics of consumers of vegetable products through the online market Sayurbox, 2) Analyze the value of the estimated willingness to pay (Willingness to Pay) of consumers of vegetable products in the online market Sayurbox, 3) Analyze the factors towards decisions willingness to pay for vegetable purchases at Sayurbox. The number of population samples in the study were 100 people and the sampling was purposive sampling. Analysis of the data used is descriptive analysis, Contingent Valuation Method (CVM) and multiple linear regression. The results showed that the average maximum WTP value for vegetable products through the online market for kale was 29.5% higher, spinach was 26.1% higher, mustard greens was 26.4% higher, and long beans were 26.3% higher than recent price of it. Factors that influence consumers' willingness to pay for vegetable products through online markets are gender, age, income, service quality, information media, and purchase motivation variables.

Keywords: Willingness to Pay, Vegetables, Online Market, CVM

