

**WILLINGNESS TO PAY KONSUMEN TERHADAP SAYURAN  
ORGANIK DI SUPER INDO SURABAYA**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**YESI MUSTIKA NINGSIH**  
**NPM: 1524010065**

Kepada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2019**

**SKRIPSI**

**WILLINGNESS TO PAY KONSUMEN TERHADAP SAYURAN  
ORGANIK DI SUPER INDO SURABAYA**

Oleh :

**YESI MUSTIKA NINGSIH**  
**NPM: 1524010065**

Telah diujikan pada tanggal  
28 Februari 2019

Skrripsi Ini Diterima Sebagai Sebagian Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Program Studi Agribisnis

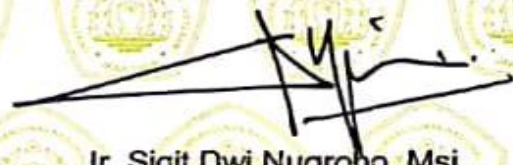
Menyetujui,

Pembimbing I,



**Dr. Ir. Eko Nurhadi, MS**  
**NIP. 19570214 198703 1001**

Pembimbing II,



**Ir. Sigit Dwi Nugroho, Msi**  
**NIP. 19590628 198803 1001**

Penguji I



**Ir. Setyo Parsudi, MP**  
**NIP. 19570531 198503 1001**

Penguji II



**Dr. Ir. Endang Yektiningsih, MP**  
**NIP. 19570516 199202 2001**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



**Dr. Ir. R.A. Ngra Augustien K., MP**  
**NIP. 19590824 198703 2001**

Koordinator Program Studi Agribisnis



**Ir. Sri Widavanti, MP**  
**NIP. 19620106 199003 2001**



## SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang – Undang No 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 Tahun 2010 Pasal 1 Ayat 1 tentang Plagiarisme.

Maka saya sebagai penulis Skripsi dengan judul " **WILLINGNESS TO PAY KONSUMEN TERHADAP SAYURAN ORGANIK DI SUPER INDO SURABAYA** " menyatakan bahwa Skripsi tersebut bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan saya sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum dan perundangan yang berlaku.

Surabaya, 14 April 2019

Yang membuat pernyataan,



Yesi Mustika Ningsih  
NPM. 1524010065

## ABSTRAK

YESI MUSTIKA NINGSIH. *Willingness To Pay* Konsumen terhadap Sayuran Organik Di Super Indo Surabaya. Dibimbing oleh Dr. Ir Eko Nurhadi, MS dan Ir. Sigit Dwi Nugroho MSi.

Perkembangan zaman menyebabkan perubahan pola hidup masyarakat yang beralih pada pola hidup sehat, salah satunya dengan mengonsumsi sayuran organik. Akan tetapi, harga sayuran organik dianggap mahal oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis besarnya nilai *Willingness to Pay* sayuran organik dan menganalisis faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* sayuran organik. Penelitian dilakukan di Super Indo Surabaya dengan jumlah responden sebanyak 50 orang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability* sampling yaitu *accidental sampling*. Analisis yang digunakan untuk menghitung besarnya nilai *willingness to pay* menggunakan metode Contingent Valuation Method (CVM) dan regresi logistik untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay*. Nilai rata-rata *Willingness to Pay* konsumen untuk produk kangkung organik sebesar Rp. 12.477,18/150 gram mengalami peningkatan sebesar 24,8% dari harga pasar, bayam sebesar Rp. 12.502,82/150 gram mengalami peningkatan sebesar 25,1% dari harga pasar, dan pakchoy sebesar Rp.12.554,1/150 gram mengalami peningkatan sebesar 25,6% dari harga pasar. Variabel yang berpotensi mempengaruhi *Willingness to Pay* konsumen terhadap sayuran organik secara positif pada tingkat kepercayaan 95%, yaitu variabel usia dan pendapatan. Sedangkan, variabel tingkat pendidikan memiliki peluang untuk berpengaruh secara signifikan terhadap *willingness to pay* konsumen pada tingkat kepercayaan 90%.

**Kata kunci : Sayuran Organik, CVM, *Willingness to Pay***

## ABSTRACT

YESI MUSTIKA NINGSIH. *Consumers "Willingness to Pay" for Organic Vegetables in Super Indo Surabaya. Supervised by Dr. Ir Eko Nurhadi, MS and Ir. Sigit Dwi Nugroho, MSi.*

*The rise of age change people's lifestyle to healthy ones, one of which is consuming organic vegetables. However, the price of organic vegetables is considered high by the people. This research aims to analyze the value of 'willingness to pay' the organic vegetables and the factor influencing it. The research was done in Super Indo Surabaya with the total respondents of 50 people. The sampling method used in research is non-probability method, which is accidental sampling. The analysis used Contingent Valuation Method (CVM) to count the value of 'willingness to pay' and logistic regression to count the factor influencing it. The average value of the consumers' 'willingness to pay' is Rp. 12.477,18/150 grams, which means it rose by 24,8% higher than the market price, alongwith spinach that reaches Rp. 12.502,82/150 grams which means it rose by 25,1% higher than the market price, and pakchoy that reaches Rp.12.554,1/150 grams which means it rose 25,6% higher than the market price. The variables influencing the consumers' 'willingness to pay' towards organic vegetables with the positive trust of 95%, are age and income. On the other hand, educational level has the chance to significantly influence the consumers' 'willingness to pay' on the trust level of 90%.*

**Keywords : Organic vegetables, CVM, Willingness to Pay**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “*Willingness to Pay* Konsumen terhadap Sayuran Organik di Super Indo Surabaya”. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan kuliah dan mendapat gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa semua keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari pertolongan Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih dari hati yang paling dalam kepada: Dr. Ir. Eko Nurhadi, MS selaku dosen pembimbing utama dan Ir. Sigit Dwi Nugroho, MSi selaku pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, masukan, motivasi, dan meluangkan waktu serta tenaganya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran untuk membimbing penulis.

Penulis juga menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. RA. Nora Agustien K, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ir. Sri Widayanti, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Endang Yektiningsih, MP dan Ir. Setyo Parsudi, MP selaku dosen penguji skripsi penulis.
4. Kedua orang tuaku, kakak-kakakku, dan seluruh keluarga besarku yang telah banyak memberikan dukungan, do’a, semangat, serta kasih sayang yang tak terhingga.

5. Pihak-pihak Super Indo khususnya Bapak Tri Hadi Waluyo yang telah membantu dalam penelitian ini.
6. Sahabat terdekatku Vefi, Fifi, Nurul, dan Nur yang selalu menyemangati dan melewati masa suka duka kuliah serta semua teman-teman jurusan agribisnis dan agroteknologi angkatan 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.
7. Teman-teman kantin kewirausahaan, PKM Center, KKN, dan seluruh pihak yang terkait yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan sesuatu yang berguna bagi penulis khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya.

Surabaya, 14 April 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Ruang Lingkup Penelitian .....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1. Penelitian Terdahulu .....	6
2.2. Sayuran Organik.....	12
2.3. Karakteristik Konsumen .....	16
2.4. Pengertian dan Metode Memperoleh <i>Willingness to Pay</i> .....	17
2.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness to Pay</i> .....	25
2.6. Pasar Modern .....	28
2.7. Kerangka Penelitian dan Kerangka Pemikiran .....	30
2.8. Hipotesis Penelitian .....	35
III. METODE PENELITIAN.....	37



3.1. Lokasi dan Objek Penelitian .....	37
3.2. Penentuan Sampel .....	37
3.3. Pengumpulan data .....	38
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	39
3.5. Analisis data .....	41
3.5.1 Metode analisis .....	41
3.5.2 Uji Validitas Kuesioner .....	49
3.5.3 Uji reabilitas kuesioner .....	50
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1. Gambaran Umum Super Indo .....	52
4.1.1. Sejarah Perkembangan Super Indo .....	52
4.1.2. Visi dan Misi Super Indo.....	54
4.1.3. Logo Super Indo.....	56
4.1.4. Struktur Organisasi Super Indo .....	57
4.1.5. Gambaran Umum Sayuran Organik Super Indo .....	60
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	61
4.3. Karakteristik Konsumen Organik yang Berkaitan dengan WTP .....	65
4.4. Willingnes to Pay Konsumen terhadap sayuran organik di Super Indo Surabaya .....	75
4.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness to Pay</i> Konsumen terhadap Sayuran Organik di Super Indo .....	85
V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	94
LAMPIRAN .....	99

## DAFTAR TABEL

Nomor	<u>Judul</u>	Halaman
3.1.	Definisi Operasional, Indikator, dan Pengukuran Variabel .....	40
4.1.	Hasil Uji Validitas Variabel Kuesioner untuk Variabel Kepedulian terhadap Produk Sayuran Organik .....	63
4.2.	Hasil Uji Validitas Variabel keyakinan terhadap Produk Sayuran Organik	64
4.3.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepedulian dan Keyakinan .....	65
4.4.	Karakteristik Responden terhadap WTP Berdasarkan Kelompok Usia ....	66
4.5.	Karakteristik Responden terhadap WTP Berdasarkan Tingkat Pendidikan	68
4.6.	Karakteristik Responden terhadap WTP Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga .....	69
4.7.	Karakteristik Responden terhadap WTP Berdasarkan Pendapatan .....	70
4.8.	Karakteristik Responden terhadap WTP Berdasarkan Tingkat Kepedulian .....	71
4.9.	Penilaian Kepedulian Responden Terhadap Sayuran Organik Berdasarkan Sikap .....	72
4.10.	Karakteristik Responden terhadap WTP Berdasarkan Tingkat Keyakinan	74
4.11.	Sebaran WTP (Kesiediaan Membayar) Konsumen terhadap Sayuran Organik di Super Indo Surabaya .....	76
4.12.	Alasan Responden Bersedia Mebayar Lebih Mahal.....	77
4.13.	Alasan Responden Tidak Bersedia Mebayar Lebih Mahal .....	77
4.14.	Rata-rata Maksimal WTP Sayuran Organik .....	81
4.15.	Agregasi Maksimum WTP Responden .....	84
4.16.	Hasil Uji Goodness of Fit (GoF) Metode Hosmer and Lemeshow Test ....	86
4.17.	Hasil Uji Simultan Variabel (Uji G) .....	86
4.18.	Hasil Uji Variabel Parsial (Uji Wald) .....	87
4.19.	<i>Model Summary</i> .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	<u>Judul</u>	Halaman
1.1.	Perkembangan luas area pertanian organik Indonesia (2012- 2015) .....	2
2.1.	Kurva <i>Willingness to Pay</i> .....	18
2.2.	Kerangka penelitian .....	31
2.3.	Kerangka pemikiran .....	34
3.1.	Tahap <i>Contingent valuation method</i> .....	43
4.1.	Logo Super Indo .....	56
4.2.	Struktur Organisasi Super Indo .....	58
4.3.	Display Sayuran Organik .....	61
4.4.	Sayuran Organik Paling Diminati .....	61
4.5.	Nilai Lelang Kangkung .....	78
4.6.	Nilai Lelang Bayam .....	79
4.7.	Nilai Lelang Pakchoy .....	80
4.8.	Kurva WTP Kangkung .....	82
4.9.	Kurva WTP Bayam .....	82
4.10.	Kurva WTP Pakchoy .....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian .....	99
2.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	106
3.	Hasil Perhitungan Karakteristik Konsumen yang Berkaitan dengan <i>Willingness to Pay</i> Konsumen Sayuran Organik .....	111
4.	Hasil Perhitungan Nilai <i>Willingness to Pay</i> .....	113
5.	Tabulasi Data Variabel Kepedulian terhadap Sayuran Organik .....	114
6.	Tabulasi Data Variabel keyakinan terhadap Sayuran Organik.....	117
7.	Hasil Analisis Regresi Logistik .....	119
8.	Karakteristik Responden .....	122
9.	Surat Ijin Penelitian di Super Indo Surabaya .....	124
10.	Dokumentasi Hasil Penelitian.....	126