

**KESEDIAAN KONSUMEN MEMBAYAR DALAM PEMBELIAN
AYAM ORGANIK DI RANCH MARKET BASUKI RAHMAT SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis**



Diajukan Oleh :

ALFINA LAILATUL ROMADHONI

NPM : 1624010126

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

SURABAYA

2021

SKRIPSI

**KESEDIAAN KONSUMEN MEMBAYAR DALAM PEMBELIAN
AYAM ORGANIK DI RANCH MARKET BASUKI RAHMAT SURABAYA**

Diajukan Oleh:

ALFINA LAILATUL ROMADHONI

NPM : 1624010126

Skripsi ini Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Utama



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

Pembimbing pendamping



Dr. Ir. Mubarakah, MT
NIP. 19621114 198803 2001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian




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

Ketua Jurusan Agribisnis



Dr. Ir. Sudivarto, MM
NIP. 19600105 198903 1001

**KESEDIAAN KONSUMEN MEMBAYAR DALAM PEMBELIAN
AYAM ORGANIK DI RANCH MARKET BASUKI RAHMAT SURABAYA**

Diajukan Oleh:

ALFINA LAILATUL ROMADHONI

NPM : 1624010126

Telah direvisi pada tanggal:
20 Desember 2021

Menyetujui,

Pembimbing Utama



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

Pembimbing pendamping



Dr. Ir. Mubarakah, MT
NIP. 19621114 198803 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 **“KESEDIAAN KONSUMEN MEMBAYAR DALAM PEMBELIAN AYAM ORGANIK DI RANCH MARKET BASUKI RAHMAT 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, 20 Desember 2021

Yang membuat pernyataan,



Alfina Lailatul Romadhoni
NPM 1624010126

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian dengan lancar tanpa ada suatu kendala apapun.

Penyusunan proposal skripsi yang berjudul “Kesediaan Konsumen Membayar dalam Pembelian Ayam Organik di Ranch Market Surabaya” ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam melakukan penelitian. Penelitian ini merupakan kewajiban bagi setiap mahasiswa program studi Agribisnis guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan menyelesaikan penulisan proposal ini tidak terlepas dari rahmat, karunia, dan pertolongan Allah SWT serta tak lepas juga bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Ir. Eko Nurhadi, MS., selaku dosen pembimbing utama dan Ibu Dr. Ir. Mubarokah, MT., selaku dosen pendamping yang telah memberikan pengarahan, masukan, motivasi, dan meluangkan waktu serta tenaganya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dalam membimbing penulis. Selanjutnya, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Eko Nurhadi, MS. Selaku Dosen Pembimbing Utama, yang telah meluangkan waktunya serta memberikan bimbingan dalam menyusun Proposal Penelitian.
2. Dr. Ir. Mubarokah, MTP. Selaku Dosen Pembimbing Pendamping, yang telah memberikan ilmu serta memberikan bimbingan dalam proses pengerjaan Proposal Penelitian.

3. Dr. Ir. Nora Augustien K, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Ir. Sudiyarto, MM selaku Ketua Jurusan Agribisnis, dan selaku dosen wali saya di Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Ir. Sri Widayanti, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Kedua orang tua penulis yang senantiasa mendukung, membantu dan mendoakan dari awal hingga selesai selama ini.
7. Semua teman-teman di Fakultas Pertanian khususnya teman-teman seperjuangan Agribisnis angkatan 2016, terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya selama ini.

Penulis menyadari bila dalam penyusunan proposal skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun serta sumbangan pemikiran yang konstruktif sangat penulis harapkan. Akhirnya, penulis berharap dengan selesainya penulisan proposal skripsi ini akan mendapatkan tanggapan positif bagi pembaca dan dapat membantu berbagai pihak yang tentunya membutuhkan informasi yang berkaitan dengan tulisan ini.

Surabaya, 20 Desember 2021

Penulis

ABSTRACT

ABSTRAK

Perkembangan permintaan akan produk organik banyak disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi produk pangan yang rendah residu bahan kimia sebagai bagian dari kecenderungan gaya hidup sehat dan kembali ke alam. Perusahaan perlu menentukan strategi harga yang cocok untuk konsumen di Indonesia, maka diperlukan penelitian yang membahas seberapa besar kemampuan membayar (*Willingness to Pay* atau WTP) konsumen terhadap produk produk pangan organik. Tujuan Penelitian 1) Untuk Menganalisis nilai kesediaan konsumen membayar dalam pembelian ayam organik di Ranch Market Surabaya; 2) Menganalisis faktor-faktor apa yang mempengaruhi kesediaan konsumen membayar ayam organik di Ranch Market Basuki Rahmat Surabaya. Metode analisis data penelitian menggunakan Analisis WTP dengan *Contingent Valuation Method (CVM)* dan Analisis SEM PLS. Total rata-rata yang bersedia dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari ayam organik adalah Rp. 108.829,10 per ekor. Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan konsumen membayar ayam organik adalah variabel kesadaran kesehatan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar ayam organik di Ranch Market Basuki Rahmat Surabaya.

Kata Kunci: Ayam Organik, Ranch Market Basuki Rahmat Surabaya, *Willingness to Pay*, *CVM*, *SEM PLS*.

ABSTRACT

The development of demand for organic products is caused by public awareness to consume food products that are low in chemical residues as part of a tendency to live a healthy lifestyle and back to nature. Companies need to determine a price strategy that is suitable for consumers in Indonesia, research is needed that discusses how much consumers are able to pay (WTP) for organic food products. Research Objectives 1) To analyze consumer interest in paying for organic chicken purchases at Ranch Market Surabaya; 2) Analyzing factors that influence consumers' willingness to pay for organic chicken at Basuki Rahmat's Ranch Market, Surabaya. The research data analysis method used WTP analysis with Contingent Valuation Method (CVM) and SEM PLS analysis. The average price that consumers can pay to benefit from organic chicken is Rp. 108,829.10 per head. The factors that influence consumer interest in paying for organic chicken are awareness and lifestyle variables that have a significant effect on willingness to pay for organic chicken at Basuki Rahmat Ranch Market Surabaya

Keywords: organic chicken, Ranch Market Basuki Rahmat Surabaya, Willingness to Pay, CVM, SEM PLS

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Ayam Broiler Organik.....	13
2.2.2 Persepsi Konsumen	18
2.3 Pengertian dan Pengukuran <i>Willingness to Pay</i>	19
2.3.1 Pengertian <i>Willingness to Pay</i>	19
2.3.2 Metode Pengukuran WTP	21
2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness to Pay</i>	27
2.5 Pasar Modern	31
2.6 Kerangka Penelitian.....	33
III. METODE PENELITIAN	37
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian	37
3.2 Penentuan Sampel	37
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4 Identifikasi Variabel	40
3.5 Definisi Operasional	42
3.5 Analisis data.....	43

3.5.1 Metode Analisis	43
3.5.2 Uji Instrumen	50
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Ranch Market Basuki Rahmat	53
4.2 Karakteristik Konsumen Yang Berkaitan Dengan WTP	54
4.3 Persepsi Responden	58
4.3.1 Variabel Kesadaran Kesehatan (X1).....	61
4.3.2 Variabel Gaya Hidup (X2)	63
4.3.3 Variabel Kesiediaan Konsumen Membayar (Y).....	64
4.4 Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Ayam Organik di Ranch Market Basuki Rahmat Surabaya	64
4.4.1 Membangun Pasar Hipotesis (<i>setting up the hypothetical market</i>)	65
4.4.2 Penentuan Besarnya Nilai WTP (<i>Obtaining Bids</i>).....	67
4.4.3 Menghitung dugaan Nilai Rataan WTP (<i>Estimating Mean WTP</i>).....	68
4.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesiediaan Konsumen Membayar Ayam Organik Di Ranch Market Basuki Rahmat Surabaya.....	73
4.5.1 Evaluasi Outer Model.....	73
4.5.2 Evaluasi Inner Model	78
V. KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
3.1.	Indikator Variabel Eksogen.....	41
4.1.	Hasil Karakteristik Responden.....	55
4.2.	Klasifikasi Kategori Penilaian untuk Statistik Deskriptif.....	60
4.3	Persepsi Responden Variabel Kesadaran Kesehatan (X1).....	61
4.4.	Persepsi Responden Variabel Gaya Hidup (X2).....	63
4.5	Persepsi Responden Variabel Kesiapan Konsumen Membayar (Y).....	64
4.6	Jumlah Responden Yang Bersedia Konsumen Membayar Lebih.....	69
4.7	Alasan Responden Bersedia Membayar Lebih Mahal.....	70
4.8	Alasan Responden Tidak bersedia Membayar lebih mahal.....	70
4.9	Nilai rata-rata WTP.....	72
4.10	Hasil Pengujian Validitas Konvergen.....	75
4.11	Hasil Pengujian Validitas Diskriminan <i>Cross Loading</i>	76
4.12	Hasil Pengujian Validitas Diskriminan dengan <i>Fornell-Larcker Criterion</i> ...77	
4.13	Hasil Pengujian Reliabilitas Konstruk.....	78
4.14	Hasil <i>Goodnes Of Fit</i>	79
4.15	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	80
4.16	Hasil Pengujian <i>Effect Size</i> (f^2).....	81
4.17	Hasil Pengujian <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	82
4.18	Hasil Pengujian Hipotesis.....	83

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran WTP Ayam Organik.....	37
3.1	Kerangka Konseptual.....	41
4.1	Letak Lokasi Ranch Market Basuki Rahmat.....	54
4.2	Pintu Utama Ranch Market Basuki Rahmat.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Koesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2. Foto Gerai Ranch Market Basuki Rahmat Surabaya.....	97
Lampiran 3. Harga Ayam Organik.....	97
Lampiran 4. Identitas Responden Ayam Organik Ranch Market Basuki Rahmat Surabaya.....	98
Lampiran 5. Tabel Data Nilai <i>Willingness To Pay</i> Ayam Organik Pada Studi Kasus Ranch Market Basuki Rahmat Surabaya.....	106
Lampiran 6. Karakteristik Konsumen.....	108
Lampiran 7. Analisis Deskriptif.....	110
Lampiran 8. Hasil Analisis PLS.....	114