

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan sebagaimana telah disajikan pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsumen ayam organik bersedia membayar lebih terhadap ayam organik yang dijual di Ranch Market Basuki Rahmat Surabaya. Total rata-rata yang bersedia dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari ayam organik adalah Rp. 108.829,10 per ekor.
2. 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.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil yang dijelaskan dalam penelitian ini, saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

Segmen pasar ayam organik yang terbatas mengakibatkan minimnya konsumen baru untuk mengonsumsi ayam organik karena kurangnya pengetahuan konsumen mengenai ayam organik sehingga perusahaan membutuhkan pengenalan pengetahuan akan kelebihan ayam organik dan promosi untuk menarik konsumen baru.

Ranch Market Surabaya jika menginginkan keuntungan yang lebih besar sebaiknya mengikuti atau menyesuaikan harga pasar yang baru yang bersedia dibayarkan oleh konsumen ayam organik, sehingga dapat digunakan sebagai pengembangan usaha oleh perusahaan agar tetap mempertahankan keunggulan bisnisnya. Selain itu, karena harga ayam organik yang terbilang cukup mahal dan

tingkat konsumsi ayam organik lebih rendah daripada ayam broiler biasa, maka diperlukan pertimbangan kembali mengenai harga ayam organik itu sendiri, setidaknya harga ayam organik tidak jauh berbeda dengan ayam potong, agar konsumen lebih memilih untuk membeli ayam organik meskipun harus mengeluarkan uang sedikit banyak akan tetapi mereka sudah mendapatkan manfaat yang jauh berbeda.

Penelitian ini masih sebatas meneliti mengenai kesediaan membayar konsumen produk ayam organik di pasar modern. Saran untuk penelitian selanjutnya mengenai kesediaan membayar konsumen terhadap produk ayam organik adalah agar dapat meneliti kesediaan membayar konsumen yang membeli produk ayam organik di berbagai tempat. Selanjutnya dapat juga ditambahkan variabel-variabel lain yang diduga mempengaruhi kesediaan membayar konsumen seperti variabel kualitas produk yang pada beberapa penelitian sebelumnya cukup berpengaruh terhadap kesediaan membayar lebih konsumen.