

## MENGESTIMASI KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BERAS ORGANIK WELLFARM (STUDI KASUS MASYARAKAT DI KECAMATAN KLOJEN)

**Dessy Ida Fitria Shohib<sup>1</sup>, M. Noerhadi Sudjoni<sup>2</sup>, Lia Rohmatul Maula<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : [22101032050@unisma.ac.id](mailto:22101032050@unisma.ac.id)

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : [nurhadisudjoni@unisma.ac.id](mailto:nurhadisudjoni@unisma.ac.id)

<sup>3</sup>Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : [liarohmatul@unisma.ac.id](mailto:liarohmatul@unisma.ac.id)

### **Abstract**

Rice is a staple food that is the main source of carbohydrates for most Indonesians. Indonesians consume more non-organic rice than organic rice. The increase in demand for organic rice can open up opportunities for organic farmers and organic product entrepreneurs. However, the marketing of organic rice is still hampered by the high price of organic rice, which is more expensive than non-organic rice. This can affect consumers' willingness to pay for organic rice. The purpose of this study is to estimate consumers' willingness to pay for organic rice. This study was conducted in Klojen District, Malang City, with a sample size of 45 respondents. The sampling method used in this study was non-probability sampling, or a method conducted randomly. From the CVM analysis results, it was found that 33 respondents, or 73.3%, were willing to pay more for Wellfarm organic rice, while 12 respondents, or 26.7%, were not willing to pay more. The maximum WTP value obtained for Wellfarm organic white rice was IDR 43,178.00 with a price change percentage of 7.3%; while the maximum WTP value obtained for Wellfarm organic brown rice was IDR 44,911.00 with a price change percentage of 7.3%.

**Keywords:** *Organic Rice, Willingness to Pay, Contingent Valuation Method*

### **Abstrak**

Beras merupakan makanan pokok yang menjadi sumber utama karbohidrat bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Masyarakat Indonesia sendiri lebih banyak mengonsumsi beras non-organik dibandingkan dengan beras organik. Peningkatan permintaan akan beras organik tersebut dapat membuka peluang bagi petani organik maupun pengusaha produk organik. Meskipun demikian, pemasaran beras organik masih terkendala pada tingginya harga beras organik yang lebih mahal dibandingkan dengan beras non-organik. Hal tersebut dapat memengaruhi kesediaan konsumen dalam membayar beras organik tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah mengestimasi kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian beras organik. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Klojen, Kota Malang dan ukuran sampel yang diteliti berjumlah 45 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*, atau metode yang dilakukan secara tidak sengaja. Dari hasil analisis CVM diketahui jumlah responden yang bersedia membayar lebih pada produk beras organik Wellfarm sebanyak 33 orang responden dengan persentase 73,3% dan yang menyatakan tidak bersedia membayar lebih sebanyak 12 orang responden dengan persentase 26,7%. Nilai WTP maksimal yang diperoleh pada beras putih organik Wellfarm yaitu sebesar Rp 43.178,00 dengan persentase perubahan harganya adalah 7,3%; sedangkan nilai WTP maksimal yang diperoleh pada beras merah organik Wellfarm yaitu sebesar Rp 44.911,00 dengan persentase perubahan harganya adalah 6,6%.

**Kata Kunci:** Beras Organik, Kesediaan Membayar, Metode Penilaian Kontinjensi

## PENDAHULUAN

Beras merupakan makanan pokok yang menjadi sumber utama karbohidrat bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Hal ini dapat ditunjukkan dengan pengeluaran rata-rata konsumsi perkapita masyarakat di daerah pedesaan dan perkotaan yang masih didominasi oleh beras, dibandingkan dengan produk pangan lainnya seperti padi-padian dan umbi-umbian. Dimana rata-rata konsumsi beras di Indonesia terhadap konsumsi sumber karbohidrat mencapai 82,13% (Direktorat Statistik Distribusi, 2024). Oleh karena itu, beras menjadi komoditas ekonomi yang sangat penting. Di samping itu, beras juga berfungsi sebagai komoditas politik yang berperan krusial dalam menjaga stabilitas negara, serta mendukung stabilitas ekonomi, sosial, dan ketahanan nasional (Kertayoga *et al.*, 2022).

Berdasarkan pada cara penanaman, beras dibedakan menjadi beras organik dan beras non-organik. Sedangkan jenis beras sendiri dibedakan menjadi beras putih, beras merah, dan beras hitam (Yuliyana, 2021). Masyarakat Indonesia sendiri lebih banyak mengonsumsi beras non-organik dibandingkan dengan beras organik. Hal tersebut dikarenakan harga beras non-organik lebih terjangkau serta ketersediaan dan aksesibilitasnya yang mudah diakses oleh masyarakat. Akan tetapi, kini kesadaran masyarakat mengenai gaya hidup sehat semakin meningkat, terutama karena beras non-organik dianggap memiliki risiko yang lebih tinggi untuk menyebabkan diabetes melitus tipe dua. Meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai gaya hidup sehat dan keberlanjutan lingkungan telah mendorong permintaan yang lebih besar terhadap pangan sehat, termasuk beras organik. Di samping itu, masyarakat juga telah menyadari bahwa pentingnya mengonsumsi produk-produk pangan non-kimia bagi kesehatan tubuh (Kusumo *et al.*, 2017). Hal ini menjadikan masyarakat lebih memilih pangan sehat dan menghindari dari pangan tak sehat yang mengandung bahan tambah pangan (BTP), tinggi lemak, kolesterol, dan bahan lain yang beresiko menimbulkan penyakit pada tubuh.

Sejak tahun 2010, pemerintah Indonesia telah melaksanakan program Go Organik untuk mempercepat terealisasinya pembangunan agribisnis yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan (*ecoagribusiness*). Program ini berfokus pada pasar dengan tujuan untuk memenuhi permintaan konsumen, dimulai dari tingkat bawah hingga ke atas. Salah satu aktivitasnya adalah memperkenalkan pertanian organik kepada petani, pelaku pasar, dan masyarakat umum. Salah satu langkah yang diambil oleh masyarakat dalam menerapkan gaya hidup organik di Indonesia adalah dengan mulai mengonsumsi beras organik. Jika dilihat dari produknya, beras organik dan non-organik memiliki perbedaan yang signifikan. Beras organik ditanam dengan menggunakan pupuk organik yang ramah lingkungan, sementara beras non-organik dibudidayakan dengan penerapan pupuk kimia dan pestisida (Nellasari *et al.*, 2020).

Jenis beras organik yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat adalah beras putih dan beras merah organik. Beras putih organik memiliki tekstur pulen dan rasa yang lebih familiar bagi masyarakat Indonesia, sehingga sering menjadi pilihan konsumen yang mulai beralih ke pangan organik namun tetap menginginkan karakteristik rasa yang umum. Sementara itu, beras merah organik dikenal sebagai produk dengan kandungan serat tinggi, indeks glikemik rendah, serta kaya antioksidan, sehingga banyak dipilih oleh konsumen yang memiliki motivasi kesehatan lebih kuat, seperti pengendalian berat badan atau pengaturan gula darah (Yuliyana, 2021). Perbedaan karakteristik dan manfaat nutrisi dari kedua jenis beras ini menunjukkan adanya segmentasi preferensi konsumen yang menarik untuk dikaji lebih dalam.

Jawa Timur merupakan provinsi yang menjadi lumbung padi terbesar di Indonesia pada tahun 2024 dengan menyumbang hingga 27% dari total produksi beras nasional atau setara dengan 9,2 juta ton. Selain itu, Jawa Timur juga menjadi sentra produksi padi organik. Hal tersebut berdasarkan pada Ditjen Tanaman Pangan Kementerian Pertanian tahun 2019 yang menyebutkan bahwa sentra padi organik berada di wilayah Sumatra Barat, Jawa Barat, Jawa Timur, dan Sulawesi Tenggara dengan luas sekitar 215 hektare (Sutrisno, 2023). Salah satu daerah di Jawa Timur yang mengembangkan serta memproduksi padi organik adalah Kota Malang. Meningkatnya kesadaran masyarakat Kota Malang akan gaya hidup sehat membuat

permintaan akan bahan pangan organik semakin meningkat, salah satunya adalah beras organik. Beras putih dan beras merah organik sebagai objek penelitian juga menjadi relevan karena kedua jenis beras tersebut merupakan produk yang tersedia luas di ritel modern dan memiliki konsumen dengan kebutuhan berbeda. Selain itu, keduanya merupakan varian utama yang ditawarkan oleh berbagai merek, termasuk beras organik Wellfarm, yang menjadi fokus penelitian ini. Wellfarm adalah salah satu merek produk pangan organik yang cukup dikenal dan banyak dijual di supermarket, salah satunya adalah di daerah Kecamatan Klojen.

Kecamatan Klojen dipilih sebagai lokasi penelitian karena wilayah ini merupakan pusat kota Malang, dengan tingkat urbanisasi tinggi, keberagaman penduduk, serta akses yang luas terhadap supermarket dan toko ritel modern yang menyediakan berbagai produk organik. Aksesibilitas yang tinggi terhadap produk organik menjadikan masyarakat Klojen memiliki peluang lebih besar untuk mengenal, membeli, dan menilai berbagai jenis beras organik, termasuk produk Wellfarm. Akan tetapi, meskipun lokasi ini sangat potensial untuk mengamati perilaku konsumen produk organik, berdasarkan penelusuran literatur, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) konsumen, khususnya di Kecamatan Klojen terhadap beras putih dan beras merah organik Wellfarm.

Peningkatan permintaan akan beras organik tersebut dapat membuka peluang bagi petani organik maupun pengusaha produk organik. Meskipun demikian, pemasaran beras organik masih terkendala pada tingginya harga beras organik yang lebih mahal dibandingkan dengan beras non-organik. Permasalahan tersebut dapat diatasi dengan mengetahui kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) konsumen dalam membeli beras organik. *Willingness to Pay* merupakan jumlah maksimal yang dapat dibayarkan seorang konsumen untuk mendapatkan suatu barang ataupun jasa (Mankiw, 2006). Pentingnya penentuan kebersediaan membayar konsumen terhadap pembelian produk beras organik dalam melihat seberapa besar kesediaan konsumen dalam membeli produk yang bermanfaat bagi kesehatan konsumen. Berdasarkan pada uraian di atas maka diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai Estimasi Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen terhadap Pembelian Beras Organik Wellfarm (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Klojen). Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah mengestimasi kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian beras organik.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Klojen, Kota Malang dengan didasari bahwa tempat tersebut merupakan wilayah usaha distribusi yang menawarkan produk-produk organik, salah satunya adalah beras organik merek Wellfarm. Selain itu, kesadaran akan gaya hidup sehat mulai meningkat, sehingga banyak masyarakat yang awalnya mengkonsumsi beras konvensional beralih menjadi mengkonsumsi beras organik. Hal tersebut memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian. Penelitian ini dilakukan mulai bulan April–Juli 2025. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*, atau metode yang dilakukan secara tidak sengaja. Metode ini dipilih karena tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan ukuran sampel dengan rumus *Lemeshow*. Maka, jumlah sampel yang diteliti adalah sebanyak 45 orang responden.

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, maka metode yang digunakan adalah metode analisis *Contingent Valuation Method* (CVM) yang merujuk pada penelitian Agustin *et al.* (2024), maka metode CVM penelitian ini dilakukan melalui teknik *bidding games*, yaitu menentukan besaran nilai WTP dengan melibatkan proses tawar-menawar yang dilakukan dengan menanyakan kepada responden apakah mereka bersedia membayar atau menerima sejumlah uang tertentu yang diajukan sebagai titik awal (Hanley & Spash, 1993). Harga yang ditawarkan akan terus meningkat atau menurun hingga mencapai nilai maksimum yang dapat mereka bayar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun tahapan-tahapan dalam analisis CVM yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai

berikut:

### 1. Membuat Pasar Hipotesis (*Setting Up Hypothetical Market*)

Metode ini diawali dengan membuat pasar hipotesis yang menyatakan perubahan yang mungkin terjadi di masa yang akan datang. Hal ini mendeskripsikan pandangan ke depan tentang pentingnya menjaga kesehatan, serta gaya hidup dan lingkungan yang sehat sebagai investasi untuk masa tua. Pembuatan pasar hipotesis ini digunakan untuk mengarahkan pola pikir konsumen mengenai pentingnya menjaga kesehatan melalui konsumsi beras organik. Adapun gambaran pasar hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

*“Semakin tingginya masyarakat yang terjangkit penyakit kronis tak menular seperti jantung, kanker, diabetes, dan lain-lain yang disebabkan oleh gaya hidup tak sehat. Hal ini meningkatkan kesadaran masyarakat akan hidup sehat dan lingkungan sehat. Sehingga masyarakat beralih konsumsi pada pangan produk organik seperti beras organik yang memiliki kandungan antioksidan, enzim, vitamin, dan mineral, sehingga memiliki rasa yang lebih enak dan bermanfaat gizi, keamanan pangan dan kualitas konsumsi yang lebih baik daripada produk non-organik. Dengan mengonsumsi beras organik secara terus-menerus dapat membantu mengurangi risiko konsumen terkena penyakit kronis. Hal ini menjadikan beras organik memiliki harga yang lebih tinggi dengan manfaat lebih bagi konsumen.”*

**Tabel 1.** Kesiediaan Membayar Lebih Terhadap Beras Organik

| No. | Kesiediaan Membayar     | Frekuensi | Persentase (%) |
|-----|-------------------------|-----------|----------------|
| 1.  | Bersedia Membayar       | 33        | 73,3           |
| 2.  | Tidak Bersedia Membayar | 12        | 26,7           |
|     | Total                   | 45        | 100            |

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Pernyataan pada pasar hipotesis digunakan oleh peneliti untuk mengarahkan responden dalam menyatakan kesiediaan untuk membayar lebih produk beras organik Wellfarm yang dikonsumsi. Hasil penelitian yang ditampilkan pada tabel 12 menunjukkan bahwa dari total responden konsumen beras organik Wellfarm sebanyak 45 orang, 33 orang responden bersedia membayar lebih untuk harga beras organik apabila terjadi kenaikan harga jual dengan persentase sebesar 73,3%. Pernyataan tersebut didukung oleh meningkatnya kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan. Tingkat kesadaran masyarakat terhadap kesehatan menunjukkan peningkatan yang signifikan, yang berpotensi mendorong gaya hidup sehat masyarakat secara bertahap dan berkelanjutan (Kusumo *et al.*, 2017). Kesiediaan untuk membayar ini juga mempengaruhi konsumen untuk terus mengonsumsi beras organik meskipun dengan harga yang lebih tinggi, mengingat juga bahwa 58% konsumen bekerja, dimana mayoritasnya bekerja sebagai pegawai yang mana cenderung memiliki pendapatan tetap. Sementara itu, 12 orang responden lainnya tidak bersedia membayar lebih apabila terjadi kenaikan harga jual dengan persentase 26,7%. Alasan yang diberikan sebagian responden tersebut adalah harga yang terlalu mahal dan bisa beralih membeli beras organik merek lainnya.

### 2. Menentukan Nilai Penawaran WTP (*Bids*)

Metode CVM yang digunakan oleh peneliti adalah metode *bidding games* untuk menentukan nilai maksimum yang bersedia dibayar oleh responden untuk mengonsumsi beras organik. Metode ini dilakukan dengan memberikan pilihan nilai tertutup kepada responden, dimulai dari nilai terendah tertentu sebagai titik awal. Peneliti menganalisis nilai WTP untuk dua jenis produk beras organik, yaitu beras putih organik dan beras merah organik. Selanjutnya, analisis dilanjutkan dengan menghitung estimasi rata-rata WTP (EWTP) untuk masing-masing jenis produk beras organik.

### 3. Menghitung Estimasi Nilai Rata-Rata WTP (*Estimating Mean WTP*)

Pada penelitian ini dilakukan perhitungan WTP pada produk Wellfarm, yaitu beras putih dan beras merah yang digunakan untuk mengetahui nilai WTP yang diperoleh dari perhitungan WTP. Nilai WTP itu sendiri merupakan jumlah uang maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan barang ataupun jasa tertentu, dengan mempertimbangkan manfaat serta utilitas yang diperoleh dari konsumsi tersebut. Nilai WTP setiap individu bervariasi,

tergantung pada pendapatan maupun faktor-faktor lainnya yang memengaruhi kesediaan membayar mereka terhadap suatu barang ataupun jasa (Breidert, 2005). Berikut ini merupakan hasil perhitungan dari WTP di masing-masing produk Wellfarm:

**Tabel 2.** Hasil Perhitungan WTP Beras Putih Wellfarm

| No.   | WTP       | Jumlah Responden | Frekuensi Relatif | EWTP      |
|-------|-----------|------------------|-------------------|-----------|
| 1.    | Rp 38.000 | 12               | 0,267             | Rp 10.133 |
| 2.    | Rp 39.000 | 7                | 0,156             | Rp 6.067  |
| 3.    | Rp 41.000 | 9                | 0,200             | Rp 8.200  |
| 4.    | Rp 43.000 | 5                | 0,111             | Rp 4.778  |
| 5.    | Rp 45.000 | 7                | 0,156             | Rp 7.000  |
| 6.    | Rp 60.000 | 2                | 0,044             | Rp 2.667  |
| 7.    | Rp 65.000 | 3                | 0,067             | Rp 4.333  |
| Total |           | 45               | 1                 | Rp 43.178 |

Keterangan: EWTP= Rataan WTP

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 2, diperoleh hasil rataan WTP responden terhadap beras putih organik Wellfarm sebesar Rp 43.178,00 per kilogram. Nilai rataan ini lebih tinggi dibandingkan dengan harga beras putih organik Wellfarm di pasaran, yaitu sebesar Rp 38.000,00 per kilogramnya. Dengan demikian, dapat diketahui surplus konsumen sebesar Rp 5.178,00 atau 7,3% dari harga pokok penjualan.

**Tabel 3.** Hasil Perhitungan WTP Beras Merah Wellfarm

| No.   | WTP       | Jumlah Responden | Frekuensi Relatif | EWTP      |
|-------|-----------|------------------|-------------------|-----------|
| 1.    | Rp 39.000 | 12               | 0,267             | Rp 10.400 |
| 2.    | Rp 40.000 | 4                | 0,089             | Rp 3.556  |
| 3.    | Rp 42.000 | 7                | 0,156             | Rp 6.533  |
| 4.    | Rp 44.000 | 9                | 0,200             | Rp 8.800  |
| 5.    | Rp 46.000 | 8                | 0,178             | Rp 8.178  |
| 6.    | Rp 65.000 | 3                | 0,067             | Rp 4.333  |
| 7.    | Rp 70.000 | 2                | 0,044             | Rp 3.111  |
| Total |           | 45               | 1                 | Rp 44.911 |

Keterangan: EWTP= Rataan WTP

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan pada tabel 3, diperoleh nilai rataan WTP responden terhadap beras merah organik Wellfarm sebesar Rp 44.911,00 per kilogram. Dimana nilai rataan tersebut lebih tinggi daripada harga beras merah organik Wellfarm di pasaran, yaitu sebesar Rp 39.000,00 per kilogram, sehingga dapat diketahui bahwa nilai surplus konsumen sebesar Rp 5.911,00 atau 6,6% dari harga pokok penjualan.

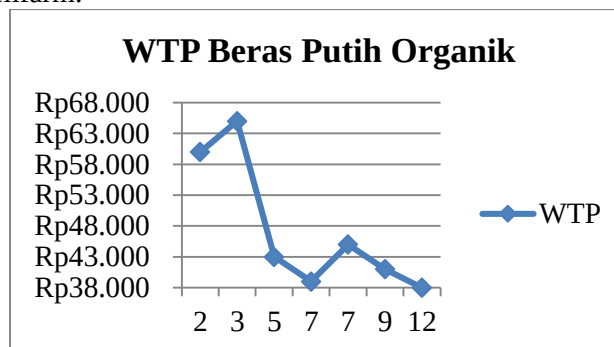
Berdasarkan tabel nilai rata-rata WTP pada kedua jenis produk Wellfarm tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan nilai rata-rata WTP pada beras merah organik yaitu Rp 44.911,00 lebih tinggi Rp 1.733,00 dibandingkan dengan beras putih organik yaitu Rp 43.178,00. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen beras putih maupun beras merah organik Wellfarm tersebut bersedia membayar sedikit lebih mahal untuk beras merah organik dengan sekitar 4,01%. Ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat adanya perbedaan, namun selisihnya relatif kecil. Dari hasil nilai rata-rata tersebut mengindikasikan bahwa konsumen beras organik Wellfarm memiliki sedikit preferensi lebih tinggi untuk membeli beras merah organik, hal ini bisa terjadi karena beberapa faktor seperti beras merah organik lebih bernutrisi, memberikan rasa kenyang lebih lama, maupun lebih sehat karena lebih baik untuk diabetes maupun kolesterol jahat daripada beras putih organik (Sari, 2023).

#### 4. Membuat Kurva WTP

##### a. Kurva WTP Beras Putih Organik Wellfarm

Kurva WTP menggambarkan hubungan antara tingkat nilai WTP yang bersedia dibayar

oleh konsumen yang memilih nilai tersebut. Berikut ini merupakan kurva WTP konsumen beras putih organik Wellfarm:



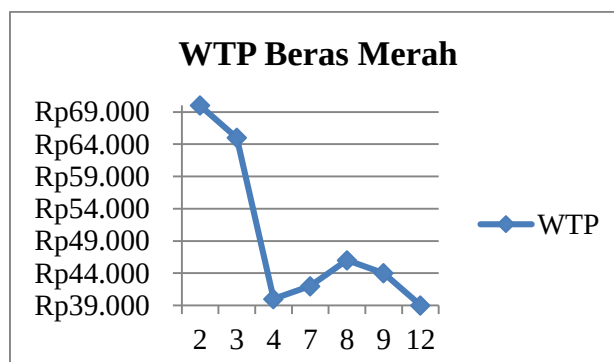
**Gambar 1.** Kurva WTP Beras Putih Organik Wellfarm

Pada kurva WTP pada gambar 6 tersebut diperoleh bahwa konsumen yang bersedia membayar lebih apabila terjadi kenaikan harga maksimal terhadap pembelian beras putih Organik Wellfarm pada harga Rp 39.000,00 sebanyak 7 orang responden, pada harga Rp 41.000,00 sebanyak 9 orang responden, pada harga Rp 43.000,00 sebanyak 5 orang responden, pada harga Rp 45.000,00 sebanyak 7 orang responden, pada harga Rp 60.000,00 sebanyak 2 orang responden, dan pada harga Rp 65.000,00 sebanyak 3 orang responden. Sedangkan responden yang menyatakan bahwa mereka tidak bersedia membayar pada kenaikan harga maksimal beras putih organik Wellfarm sebanyak 12 orang.

Kurva WTP yang berfluktuasi naik turun menunjukkan bahwa konsumen memiliki preferensi yang berubah-ubah terhadap barang tersebut, tergantung pada faktor-faktor karakteristik salah satunya adalah pengeluaran konsumen. Pengeluaran konsumen tersebut berkaitan erat dengan variabel pendapatan. Dimana semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin besar pula pengeluaran bulanan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, begitupun sebaliknya. Apabila pendapatan konsumen tinggi/meningkat, maka kurva WTP akan cenderung bergeser ke atas, mencerminkan kemampuan untuk membayar lebih tinggi. Sebaliknya, jika pendapatan konsumen rendah/menurun, maka kurva WTP bergeser ke bawah, menunjukkan penurunan kemampuan untuk membayar (Agustin *et al.*, 2024).

b. Kurva WTP Beras Merah Organik Wellfarm

Kurva WTP ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara jumlah uang yang bersedia konsumen bayarkan dengan frekuensi kumulatif responden. Dimana setiap responden tersebut memiliki kisaran harga yang berbeda-beda sesuai dengan karakteristik masing-masing responden. Berikut merupakan sebaran kurva WTP konsumen beras merah organik Wellfarm:



**Gambar 2.** Kurva WTP Beras Merah Organik Wellfarm

Gambar kurva WTP di atas, diperoleh bahwa konsumen yang bersedia membayar apabila terjadi kenaikan harga maksimal pada beras merah Organik Wellfarm pada harga Rp 40.000,00 sebanyak 4 orang responden, pada harga Rp 42.000,00 sebanyak 7 orang responden, pada harga Rp 44.000,00 sebanyak 9 orang responden, pada harga Rp 46.000,00 sebanyak 8 orang

responden, pada harga Rp 65.000,00 sebanyak 3 orang responden, dan pada harga Rp 70.000,00 sebanyak 2 orang responden. Sedangkan responden yang menyatakan bahwa mereka tidak bersedia membayar pada kenaikan harga maksimal beras merah organik Wellfarm sebanyak 12 orang.

Menurut Priambodo & Najib (2016), hubungan kurva beras putih dan beras merah organik Wellfarm menggambarkan tingkat WTP yang bersedia dibayarkan oleh konsumen dengan jumlah responden yang bersedia membayar pada tingkat WTP tersebut. Kurva WTP pada penelitian ini memiliki *slope* negatif, dimana semakin tinggi nilai WTP maka semakin sedikit orang yang bersedia membayar beras organik Wellfarm.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis CVM diketahui bahwa jumlah responden yang bersedia membayar lebih pada produk beras organik Wellfarm sebanyak 33 orang responden dengan persentase 73,3% dan yang menyatakan tidak bersedia membayar lebih sebanyak 12 orang responden dengan persentase 26,7%. Nilai WTP maksimal yang diperoleh pada beras putih organik Wellfarm yaitu sebesar Rp 43.178,00 dengan persentase perubahan harganya adalah 7,3%; sedangkan nilai WTP maksimal yang diperoleh pada beras merah organik Wellfarm yaitu sebesar Rp 44.911,00 dengan persentase perubahan harganya adalah 6,6%. Dari hasil analisis terkait perhitungan nilai WTP, maka peneliti menyarankan harga maksimal beras organik Wellfarm tidak lebih dari Rp 45.000,00 yang dilihat dari rata-rata WTP pada penelitian ini adalah sekitar Rp 43.178,00 dan Rp 44.911,00.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D., Rianti, T. S. M., & Apriliawan, H. (2024). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen Cabai Rawit di Pasar Modern Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 12(5), 1–8. <http://doi.org/https://jim.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/index>
- Breidert, C. (2005). *Estimation of Willingness-to-Pay Theory, Measurement, and Application*. WU Vienna University.
- Direktorat Statistik Distribusi. (2024). *Distribusi Perdagangan Komoditas Beras Indonesia 2024 Volume 9*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Hanley, N., & Spash, C. L. (1993). *Cost-Benefit Analysis and the Environment*. Hants –England: Edward Elgar.
- Kertayoga, I. P. A. W., Humaidi, E., Tantriadisti, S., & Ulfah, M. (2022). Forecasting of Indonesian Rice Production Post Covid-19. *Jurnal Citra Agritama*, 12(2), 26–32. <http://doi.org/10.58328/cat.v12i2.89>
- Kusumo, R. A. B., Charina, A., Sadeli, A. H., & Mukti, G. W. (2017). Persepsi Petani terhadap Teknologi Budidaya Sayuran Organik di Kabupaten Bandung Barat. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 5(2), 19–28. <http://doi.org/10.35138/paspalum.v5i2.3>
- Mankiw, N. G. (2006). *Pengantar Teori Ekonomi Makro* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Nellasari, A. D., Nugroho, S. D., & Nurhadi, E. (2020). Kesiediaan Membayar Lebih terhadap Beras Organik di Transmart Iconmall Gresik. *Berkala Ilmiah Agribisnis AGRIDEVINA*, 9(2), 115–121. <http://doi.org/10.33005/adv.v9i2.2460>
- Priambodo, L. H., & Najib, M. (2016). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Sayuran Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, V(1), 1–14. <http://doi.org/10.29244/jmo.v5i1.12125>
- Sari, A. M. (2023). Manfaat Beras Merah untuk Kesehatan: Nutrisi dan Kandungan. Retrieved August 15, 2025, from <https://faperta.umsu.ac.id/manfaat-beras-merah-untuk-kesehatan/>
- Sutrisno, E. (2023). Beras Organik Indonesia Diminati Pasar Global. Retrieved March 8, 2025, from <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/4587/beras-organik-indonesia-diminati-pasar-global>
- Yuliyana, T. (2021). Pengaruh Waktu Perendaman Terhadap Kadar Vitamin B1 (Thiamin) dan

