

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*)
TERHADAP PRODUK TELUR AYAM KAMPUNG
DI PASAR SWALAYAN KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh

DESY WULANDARI



**FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2020**

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*)
TERHADAP PRODUK TELUR AYAM KAMPUNG
DI PASAR SWALAYAN KOTA SEMARANG**

Oleh

DESY WULANDARI

NIM : 23040116130059

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis Fakultas
Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

**FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2020**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Desy Wulandari
NIM : 23040116130059
Program Studi : Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Karya Ilmiah yang berjudul :
Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) terhadap Produk Telur Ayam Kampung di Pasar Swalayan Kota Semarang, penelitian yang berkaitan dengan karya ilmiah ini adalah hasil dari kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari karya orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam karya ilmiah ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Saya juga mengakui bahwa karya akhir ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh oleh pembimbing saya, yaitu :

Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si. dan **Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.**

Apabila dikemudian hari dalam karya ilmiah ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik oleh saya, maka gelar akademik saya yang telah saya dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

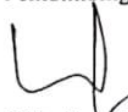
Semarang, September 2020

MATERAI
TEMPEL
4A87DA1F58021
6000
LEMBAGAN NASIONAL

(Desy Wulandari)

Mengetahui,

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si.
NIP. 19590130 198601 2 002

Pembimbing Anggota



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.
NIP. 19651121 199203 1 001

Judul Skripsi : ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR
(WILLINGNESS TO PAY) TERHADAP PRODUK
TELUR AYAM KAMPUNG DI PASAR
SWALAYAN KOTA SEMARANG

Nama Mahasiswa : DESY WULANDARI

Nomor Induk Mahasiswa : 23040116130059

Program Studi : S1-AGRIBISNIS

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal 11 SEP 2020

Pembimbing Utama

Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si.

Pembimbing Anggota

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Ujian Akhir Program

Dr. Ir. Bambang Mulyatno S., M.S

Ketua Program Studi

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Dekan
UNIVERSITAS DIPONEGARA
Fakultas Peternakan dan Pertanian
Dr. Ir. Bambang W. H. E. P., M.S., M.Agr.

Ketua Departemen

Ir. Didik Wisnu W., M.ScRes., Ph.D.

RINGKASAN

DESY WULANDARI. 23040116130059. 2020. Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) terhadap Produk Telur Ayam Kampung di Pasar Swalayan Kota Semarang. (Pembimbing : **WILUDJENG ROESSALI DAN KUSTOPO BUDIRAHARJO**).

Tujuan penelitian adalah 1) untuk mengidentifikasi segmentasi pasar konsumen telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang.; 2) menganalisis besarnya nilai rata-rata kesiediaan membayar maksimum konsumen telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang; 3) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai kesiediaan membayar telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang. Penelitian dilaksanakan pada 11 Februari 2020 sampai 13 Maret 2020 di Kota Semarang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Data yang digunakan dalam penelitian berupa data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dimana menggunakan *contingent valuation method* (CVM) yang selanjutnya dianalisis dengan regresi logistik. Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan segmentasi pasar konsumen telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang. CVM digunakan untuk menganalisis besarnya nilai rata-rata kesiediaan membayar maksimum konsumen telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang. Regresi logistik untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai kesiediaan membayar telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan pada segmentasi pasar konsumen, segmentasi demografis dilihat dari karakteristik konsumen cenderung memberi kontribusi besar terhadap penentuan nilai WTP. Segmentasi demografis meliputi karakteristik konsumen meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga dan pendapatan. Karakteristik konsumen telur ayam kampung sebesar 89% responden adalah perempuan, 50% berusia diantara 25 – 50 tahun, tingkat pendidikan responden 51% Perguruan Tinggi, jumlah anggota keluarga 59% terdiri dari kurang dari sama dengan 4 orang, pendapatan 49% lebih dari Rp 3.500.000/bulan. Sebanyak 87% responden bersedia membayar lebih dengan peningkatan 5 – 20% dari harga telur ayam kampung saat ini. Nilai rata-rata maksimum WTP konsumen telur ayam kampung untuk semua kemasan adalah Rp 23.453,-/6 butir. Faktor yang mempengaruhi WTP konsumen telur ayam kampung secara serempak adalah usia, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, harga produk, kemasan, gaya hidup dan motivasi sedangkan secara parsial adalah tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan.

Kata kunci ; CVM, kesiediaan membayar, telur ayam kampung

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*)
TERHADAP PRODUK TELUR AYAM KAMPUNG DI PASAR
SWALAYAN KOTA SEMARANG**

Desy Wulandari

Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

ABSTRAK

Telur ayam kampung mempunyai kandungan gizi yang tinggi. Harga telur ayam kampung lebih mahal dari telur ayam biasa karena kandungan yang dimiliki. Konsumen yang semakin sadar akan kebutuhan gizi dan manfaat telur ayam kampung menginginkan manfaat tersebut sesuai dengan harga yang dikeluarkan untuk memperoleh telur ayam kampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi segmentasi pasar konsumen, menganalisis besarnya nilai rata-rata kesediaan membayar maksimum konsumen, dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari – Maret 2020 di empat lokasi pasar swalayan Kota Semarang, dengan penentuan lokasi secara *purposive*. Responden diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan segmentasi pasar konsumen, analisis *Contingent Valuation Method* (CVM) untuk mengetahui nilai rata-rata WTP maksimum dan analisis regresi linier logistik untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi WTP konsumen. Hasil penelitian menunjukkan pada segmentasi pasar konsumen, segmentasi demografis cenderung memberi kontribusi besar terhadap penentuan nilai WTP. Sebanyak 87% responden bersedia membayar lebih dengan peningkatan 5 – 20% dari harga telur ayam kampung saat ini. Nilai rata-rata maksimum WTP konsumen telur ayam kampung untuk semua kemasan adalah Rp 23.453,-/6 butir. Faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi WTP telur ayam kampung adalah tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan.

Kata kunci ; CVM, kesediaan membayar, telur ayam kampung

WILLINGNESS TO PAY OF THE NATIVE CHICKEN EGGS IN SUPERMARKETS IN SEMARANG CITY

Desy Wulandari

Faculty of Animal Husbandry and Agriculture, Diponegoro University

ABSTRACT

The native chicken eggs have high nutritional content. The price of native chicken eggs is more expensive because of the content it has. Consumers increasingly aware of the nutritional needs and benefits of native chicken eggs want these benefits in accordance with the price incurred to obtain it. This research was conducted to identify consumer market segmentation, to analyze the average value of maximum willingness to pay and the factors that influence it. The research was conducted in February – March 2020 at four locations in supermarket Semarang City with purposive location determination. Respondents being chosen for this research are as many as 100 people, using accidental sampling method. Data were analyzed by descriptive analysis to describe consumer market segmentation, Contingent Valuation Method (CVM) analysis to determine the average value of maximum willingness to pay and logistic linear regression analysis to determine the factors that influence consumer WTP. The results show that in consumer market segmentation, demographic segmentation tends to make a major contribution to the determination of the value of willingness to pay. As many as 87% of respondents were willing to pay more by increasing between 5% and 20% of the price of native chicken eggs at this time. The maximum average value of WTP for native chicken eggs consumers for rattan woven packaging is Rp 23.453,-/6 eggs. Factors that significantly affect the WTP of native chicken eggs are education level and income level.

Keywords : *CVM, the native chicken eggs, willingness to pay*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) terhadap Produk Telur Ayam Kampung di Pasar Swalayan Kota Semarang” dengan baik dan lancar tanpa halangan apapun.

Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir yaitu sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi S1 Agribisnis. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. Bambang W. H. E. P., M.S., M. Agr.Sc. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
2. Ir. Didik W. Widjanto, M.Sc. Res., Ph.D. selaku Ketua Departemen Pertanian Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
3. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Agribisnis yang telah mengesahkan secara resmi judul penelitian sebagai bahan penulisan skripsi.
4. Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan masukan untuk skripsi ini.
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan bimbingan dan masukan untuk skripsi ini.

6. Dr. Ir. Edy Prasetyo M.S. selaku Dosen Wali, segenap Dosen dan Staff Administrasi Program Studi Agribisnis yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu tercinta dan tersayang Bapak Suhardi dan Ibu Hartutik yang selalu mendidik, memberikan motivasi, semangat dan do'a kepada penulis selama kegiatan penelitian dan penulisan skripsi.
8. Saudara saya yaitu Aditya Bagaskara dan Dyah Novitasari yang selalu mendoakan dan memberikan arahan saya.
9. Sahabat saya yaitu Hilma Aryudhia Tasya, Iga Ayu Saputri, Kirana Citra Rahma Danti, Aulia Rahmawati Tsaniya, Sintia Gina Alfitri, Azka Caesar, Erika Yulianti yang selalu memberikan semangat, motivasi dan sudah menjadi tempat untuk berkeluh kesah.
10. Sahabat grup Akatsukinah yaitu Septia Ayu, Linda Apriyanti, Puspita Ganes, Arif Fauzi, Fadlan Jamil, Yudhistira, Elia Patar dan Agus Faisal yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
11. Tim asisten Laboratorium Manajemen Agribisnis dan Laboratorium Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat semester genap 2017/2018 dan semester ganjil 2018/2019 atas dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menulis skripsi.
12. Teman-teman S1 Agribisnis 2016 yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah berpartisipasi membantu dalam penyusunan skripsi.

13. Teman-teman KKN tim II KKN Desa Kedungumpul, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Temanggung tahun 2019, Siska, Siskafi, Ane, Gita, Nadila, Eja, Iqbal, dan Bagas yang selama 42 hari mengabdikan bersama-sama. Penulis yakin bahwa di dalam proses penulisan skripsi memiliki kekurangan sehingga penulis berharap kritik atau saran yang bersifat membangun. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, bagi penulis khususnya dan para pembaca umumnya.

Semarang, September 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR ILUSTRASI	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.3. Hipotesis	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Telur Ayam Kampung	6
2.2. Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>).....	6
2.3. Faktor-Faktor yan Mempengaruhi Kesiediaan Membayar.....	7
2.4. Segmentasi Pasar Konsumen.....	12
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1. Kerangka Penelitian.....	15
3.2. Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....	16
3.3. Metode Penelitian	17
3.4. Pengambilan Sampel	18
3.5. Pengumpulan Data.....	19
3.6. Analisis Data.....	20
3.7. Analisis Regresi Logistik	22
3.8. Batasan Variabel dan Konsep Pengukuran.....	25
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1. Segmentasi Pasar Konsumen.....	28
4.2. Produk Telur Ayam Kampung.....	36
4.3. Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>).....	37
4.4. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness To Pay</i>	47
4.5. <i>Interpretasi Odds Ratio</i>	58
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Kesimpulan.....	63
5.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65

LAMPIRAN	69
RIWAYAT HIDUP	94

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.	Daftar pasar swalayan di berbagai kecamatan Kota Semarang	17
2.	Segmentasi geografis berdasarkan jarak alamat responden terhadap pembelian telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang	28
3.	Segmentasi demografis berdasarkan usia responden terhadap pembelian telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang	29
4.	Segmentasi demografis berdasarkan jenis kelamin responden terhadap pembelian telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang	30
5.	Segmentasi demografis berdasarkan tingkat pendidikan responden terhadap pembelian telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang	31
6.	Segmentasi demografis berdasarkan jumlah anggota keluarga terhadap pembelian telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang	32
7.	Segmentasi demografis berdasarkan pendapatan responden terhadap pembelian telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang	33
8.	Segmentasi psikografis berdasarkan motivasi responden terhadap pembelian telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang	34
9.	Segmentasi perilaku berdasarkan frekuensi pembelian responden terhadap pembelian telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang	35
10.	Sebaran pembelian telur ayam kampung oleh responden	36

11. Sebaran kesediaan responden untuk membayar telur ayam kampung dengan harga lebih berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi <i>willingness to pay</i> responden	38
12. Sebaran persentase responden yang bersedia membayar lebih	39
13. Rata-rata maksimum WTP	40
14. Agregasi WTP	46
15. Hasil Uji Model	47
16. Hasil Uji <i>Wald</i>	49
17. Estimasi parameter logistik 1	50
18. Estimasi parameter logistik 2	51
19. Hasil <i>Odss Ratio</i>	58

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka pemikiran	15
2. Kurva WTP	42

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner penelitian.....	70
2. Tabulasi data responden.....	73
3. Hasil uji regresi logistik	79
4. Segmentasi pasar.....	84
5. Perhitungan <i>Willingness to Pay</i>	88
6. Perhitungan persamaan estimasi parameter logistik	91
7. Dokumentasi	92