

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beras merupakan salah satu bahan pangan pokok yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Di antara berbagai jenis beras, beras premium menjadi pilihan favorit bagi banyak konsumen karena kualitasnya yang tinggi, termasuk tekstur yang pulen dan aroma yang harum. Meskipun harga beras premium ini lebih mahal dibandingkan dengan jenis beras lainnya, konsumen tetap bersedia membayar lebih karena mereka percaya bahwa kualitas yang ditawarkan sebanding dengan harga yang dibayarkan (Riana *et al.*, 2019a)

Beras premium adalah salah satu kategori beras yang memiliki kualitas tinggi. Beras premium biasanya memiliki kandungan beras patah yang rendah, sehingga dianggap memiliki kualitas yang baik. Beras medium memiliki spesifikasi butiran minimal 95%, kadar air maksimal 14% dan butir patah maksimal 25%, sedangkan beras premium memiliki kualitas lebih tinggi dengan butiran minimal 95%, kadar air maksimal 14% dan butir patah maksimal 15%. Harga beras premium cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan jenis beras lainnya seperti beras medium atau beras luar kualitas. Harga beras premium seringkali menjadi perhatian karena fluktuasi harga yang terjadi setiap tahunnya (Sari & Hariyanto, 2023).

Disebutkan pada Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 8 tahun 2019 tentang Perubahan atas Permendag No 59 tahun 2018 tentang Kewajiban Pencantuman Label Kemasan Beras khususnya pada pasal 4 ayat (2) bahwa label

kemasan beras wajib memuat keterangan setidaknya nama merk, kelas mutu beras, netto, tanggal pengemasan, serta nama dan alamat pengemas secara lengkap dan benar. Adapun standar acuan untuk kelas mutu beras apakah termasuk kelas mutu premium, medium, ataupun beras khusus adalah peraturan Menteri Perdagangan Nomor 57 Tahun 2017.

Konsumen dalam pembelian beras premium memiliki preferensi yang jelas. Mereka cenderung memilih beras premium berdasarkan pengalaman orang lain, kemasan yang menarik, kualitas beras yang baik (putih bersih, pulen), harga terjangkau, dan keinginan untuk terus membeli beras premium. Adapun faktor-faktor lainnya seperti harga, kualitas, dan rekomendasi dari orang lain memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Sahudin *et al.*, 2023).

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap beras premium mencakup, Kualitas beras termasuk tekstur nasi yang pulen, warna beras yang putih cerah, kebersihan beras, dan tingkat butir patah. Kualitas beras yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen, Harga beras juga merupakan faktor penting dalam kepuasan konsumen. Harga yang sesuai dengan kualitas beras dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai produk (Rizal *et al.*, 2022).

Jenis tanaman pertanian yang paling menguntungkan dapat bervariasi tergantung pada faktor-faktor seperti iklim, tanah, permintaan pasar, dan biaya produksi, padi adalah tanaman pertanian yang paling banyak ditanam di dunia dan menghasilkan pemasukan yang signifikan bagi petani. Permintaan global untuk

beras terus meningkat, menjadikan padi sebagai tanaman yang sangat menguntungkan di banyak negara.

Tabel 1. 1Luas Panen dan Produksi padi menurut Provinsi Tahun 2020-2023

Tahun	Luas Panen (ha)	Produksi (Ton)
2020	388.591,22	2.040.500,19
2021	385.405	2.004.142,51
2022	411.462,10	2.088.584
2023	406.109,49	2.087.474,15

Rata-Rata

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023) dapat diketahui bahwa luas panen terbesar padi di provinsi Sumatera Utara terjadi pada tahun 2022 dengan total luas panen sebesar 411.426,10 ha dan produksi padi tertinggi di provinsi Sumatera Utara terjadi pada tahun 2023 yaitu sebanyak 2.087.474,15 ton dan luas panen terkecil pada tahun 2021 dengan luas 385.405 ha serta produksi terendah terjadi pada tahun 2021 juga yaitu sebanyak 2.004.142,51 ton.

Pertumbuhan luas panen padi mengalami kenaikan di mana pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa luas panen padi pada tahun 2020-2023 terus menerus naik. Sedangkan produksi cenderung mengalami penurunan pada tahun 2021, produksi padi sebesar 2.004.142,51 yang berarti tanaman padi membutuhkan perawatan yang lebih baik yang dimana dapat menaikkan jumlah produksinya.

Willingness to Pay (WTP) adalah konsep yang menggambarkan sejauh mana seorang konsumen bersedia membayar untuk mendapatkan suatu produk

atau layanan. Hal ini mencerminkan nilai yang diberikan oleh konsumen terhadap produk atau layanan tersebut. WTP dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk atribut produk, manfaat yang diperoleh, preferensi konsumen, dan kondisi pasar. Dengan memahami WTP konsumen, produsen dan pemasar dapat mengoptimalkan strategi penetapan harga, meningkatkan nilai produk, dan memenuhi preferensi konsumen dengan lebih baik. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang WTP merupakan kunci penting dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dan berhasil (Preliana Dewi *et al.*, 2023)

Permintaan terhadap beras premium di Indonesia menunjukkan tren yang semakin meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup dan peningkatan pendapatan masyarakat. Beras premium umumnya memiliki karakteristik kualitas yang lebih baik, seperti warna bening, tekstur pulen, aroma khas, serta kemasan yang menarik. Meskipun ditawarkan dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan beras biasa, sebagian konsumen tetap menunjukkan preferensi terhadap beras jenis ini. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui seberapa besar kesediaan konsumen dalam membayar (Willingness to Pay/WTP) untuk atribut-atribut tersebut. Analisis WTP dapat memberikan gambaran mengenai nilai ekonomis yang diberikan konsumen terhadap kualitas beras premium, serta membantu pelaku usaha dan pengambil kebijakan dalam menentukan strategi harga dan pengembangan produk yang sesuai dengan preferensi pasar (Prasmatiwi *et al.*, 2011)

Discrete choice experiments (DCE) adalah metode riset yang digunakan untuk mengukur preferensi konsumen terhadap produk atau layanan dengan memberikan pilihan antara beberapa alternatif yang berbeda dalam sebuah

scenario. Penerapan *discrete choice experiments* (DCE) untuk menilai *willingness to pay* (WTP) pada beras premium dapat menjadi alat yang sangat berguna untuk memahami seberapa besar konsumen bersedia membayar untuk atribut-atribut tertentu dari beras premium. Atribut-atribut yang relevan untuk beras premium, seperti kualitas, kemasan, merek, asal usul, metode produksi, jika salah satu atribut adalah kualitas, level-levelnya bisa menjadi tinggi, sedang, dan rendah (Magfirah & Kudus, 2021)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kamila, Farah.dkk, (2019) menunjukkan bahwa secara parsial, variabel pendapatan dan ketersediaan beras non organik berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian beras, sedangkan variabel jenis kelamin, umur, jumlah anggota keluarga dan harga beras non organik tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian beras. Konsumen beras yang membeli beras premium dengan berbagai jenis mempunyai preferensi yang berbeda beda dalam memilih beras yang akan dikonsumsi.

Menurut Ramadani Eka Pertiwi (2019,) dalam skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Beras Pada PT. Pertani (Persero) Kota Makassar Sulawesi Selatan” menyebutkan Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan

dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Mahmuda & Dewi, 2023).

Konsumen kalangan menengah atas adalah target pasar beras premium, sehingga beras premium semakin banyak digunakan untuk kebutuhan sehari-hari saat ini. Karena harga beras premium lebih tinggi daripada beras pada umumnya, pendapatan konsumen adalah salah satu alasan mengapa produk beras premium hanya dijumpai di tempat-tempat tertentu seperti swalayan. Konsumen dengan pendapatan tinggi mungkin mampu membayar untuk mendapatkan beras premium. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa besar kesediaan konsumen untuk membayar atau kesediaan untuk membayar (WTP) untuk mendapatkan produk beras premium.

Berdasarkan masalah yang terdapat di atas, penting tentunya bagi petani dan produsen beras dapat mengetahui sampai sejauh mana konsumen bersedia membayar untuk mendapatkan beras premium. Maka dengan ini dilakukan penelitian untuk menyusun skripsi yang berjudul **“Analisis Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Konsumen Terhadap Pembelian Beras Premium”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Berapa besar nilai maksimum yang bersedia dibayarkan konsumen untuk memperoleh beras premium?

2. Atribut manakah yang paling memengaruhi preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan terhadap pembelian beras premium ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah di uraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis Berapa besar nilai maksimum yang bersedia dibayarkan konsumen untuk memperoleh beras premium.
2. Menganalisis atribut manakah yang paling memengaruhi preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan terhadap pembelian beras premium

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai adanya peningkatan kepedulian dan kesadaran untuk memahami produk beras yang berkualitas agar bisa dikonsumsi oleh semua masyarakat baik dari yang berpendidikan dan berpendapatan rendah sampai tertinggi.
2. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara, Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berjudul "Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Beras Organik Di Kabupaten Banyumas Dan Faktor Yang Mempengaruhinya" oleh Niken Hapsari Arimurti pada tahun 2021 mengungkapkan bahwa hasil penelitian menunjukkan konsumen di Kabupaten Banyumas bersedia membayar maksimal Rp 18.346,00 per kilogram untuk beras organik. Angka tersebut melebihi rata-rata harga beras organik di Banyumas, yang mencapai Rp 15.250,00 per kilogram. Faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar beras organik meliputi pendapatan, lama mengonsumsi, dan kualitas beras organik. Dalam hal pendapatan, analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Prob) adalah sebesar 0,0257 dengan koefisien 1,2561. Lama mengonsumsi secara positif memengaruhi kesediaan konsumen membayar lebih untuk beras organik, seperti yang terlihat dari nilai signifikansinya (Prob) sebesar 0,0070 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai koefisiennya 2,7683. Persepsi konsumen terhadap kualitas beras organik juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar lebih, dengan nilai signifikansi sebesar 0,0413 (lebih kecil dari 0,05), koefisien sebesar 4,1190, dan odd ratio sebesar 61,4977. Ini menunjukkan bahwa kualitas beras organik sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membayar lebih (Arimurti *et al.*, 2021).

Judul penelitian yang berjudul "Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen Terhadap Berbagai Jenis Beras Organik Di Kota Semarang (Kasus Di Pasar Modern Gelael Signature)" oleh Elisabet Trixie Riana

pada tahun 2019 menunjukkan bahwa sebanyak 88% dari responden bersedia membayar lebih dengan peningkatan antara 5% hingga 25% dari harga beras organik saat ini. Nilai rata-rata Willingness to Pay (WTP) konsumen untuk berbagai jenis beras organik adalah 13% hingga 19,17% untuk jenis beras putih organik, 14,74% hingga 20% untuk jenis beras merah organik, dan 14,20% hingga 20% untuk jenis beras hitam organik. Faktor-faktor yang secara signifikan memengaruhi kesediaan membayar konsumen yaitu jumlah pendapatan per bulan, harga, dan merek beras organik (Riana *et al*, 2019).

Penelitian yang berjudul "Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Buah-Buahan Pada Rumah Tangga Di Kelurahan Cimuning, Kecamatan Mustika Jaya, Kota Bekasi Saat Pandemi Covid-19" oleh Dhifa Prilia Purnomo pada tahun 2022 mengungkapkan bahwa hasil penelitian menunjukkan variasi yang signifikan dalam nilai rata-rata kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) terhadap buah-buahan oleh rumah tangga di RW 10, Kelurahan Cimuning, Kecamatan Mustika Jaya, Kota Bekasi. Setiap jenis buah menunjukkan perbedaan nilai rata-rata WTP, dengan buah anggur hijau memiliki nilai tertinggi sebesar Rp 83.000/kg dan buah pepaya memiliki nilai terendah sebesar Rp 17.000/kg. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar buah-buahan pada rumah tangga selama pandemi Covid-19 mencakup dampak kesehatan, jumlah anggota keluarga, dan harga produk. Variabel-variabel seperti tingkat pendidikan, pendapatan, dan kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar buah-buahan selama pandemi Covid-19. Sementara itu, secara simultan, seluruh variabel independen, termasuk tingkat pendidikan, pendapatan, kualitas produk, dampak kesehatan, jumlah anggota keluarga, dan

harga produk, secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar buah-buahan selama pandemi Covid-19 (Purnomo *et al.*, 2022).

Judul penelitian yang berjudul "Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen Terhadap Pembelian Buah Durian Kromo Banyumas Di Desa Alasmalang, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas" oleh Kusdiana Riska Lestari pada tahun 2022 mengungkapkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen buah durian Kromo Banyumas didominasi oleh laki-laki dengan rata-rata usia antara 18 hingga 25 tahun, tingkat pendidikan Sarjana, pekerjaan sebagai pegawai swasta, dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp.1.000.000 hingga Rp 4.000.000. Konsumen tersebut mayoritas belum menikah, memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak empat orang, dan melakukan pembelian dengan frekuensi sekali dalam musim panen. Harga durian yang paling banyak dibeli adalah sebesar Rp 85.000, dan kualitas durian didominasi oleh nilai empat dari lima. Nilai rata-rata kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) konsumen terhadap buah durian Kromo Banyumas di Desa Alasmalang, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas mencapai Rp 88.050 per kilogram tanpa kupas. Faktor-faktor yang secara signifikan memengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap buah durian Kromo Banyumas di desa tersebut pada tingkat kepercayaan 95 persen adalah pendidikan dan pendapatan (Lestari *et al.*, 2022).

Judul penelitian yang berjudul "Analisis Kesediaan Membayar (Kesediaan Membayar) Beras Merah Organik Oleh Konsumen Di Kota Surakarta" oleh Hollanda Bronovita Ulfa pada tahun 2023 Sementara penelitian meneliti berbagai faktor demografis seperti usia, ukuran keluarga, dan jenis kelamin, ditemukan

bahwa ini tidak secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar (WTP) untuk beras merah organik. Ini menunjukkan kesenjangan dalam memahami bagaimana faktor budaya atau sosial-ekonomi mungkin memainkan peran dalam demografi yang berbeda. Penelitian lebih lanjut dapat menyelidiki lebih dalam aspek-aspek ini untuk mengungkap pengaruh tersembunyi pada WTP. Analisis Perbandingan dengan Produk Organik Lainnya: Studi ini berfokus secara khusus pada beras merah organik. Ada peluang untuk membandingkan WTP untuk berbagai jenis produk organik, seperti buah-buahan atau sayuran, untuk memahami tren konsumen yang lebih luas dalam pembelian makanan organik (Ulfa *et al.*, 2023).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Beras Premium

Beras premium adalah jenis beras yang memiliki kualitas lebih tinggi dibandingkan dengan beras biasa. Biasanya, beras premium memiliki karakteristik seperti warna, aroma, kebersihan, dan keseragaman bulir yang lebih baik. Harga beras premium cenderung lebih tinggi karena dianggap memiliki nilai tambah dalam hal kualitas dan proses produksi. Konsumen yang memilih beras premium biasanya mencarinya untuk mendapatkan pengalaman kuliner yang lebih baik dan nilai gizi yang lebih tinggi (Mahendra & Mamilianti, 2020).

Tabel 2. 1 Jenis Jenis Beras Premium

Jenis Jenis beras Premium	Harga
Ratu Merak Markisa	Rata rata beras premium dijual dengan harga Rp 150.000 sampai Rp 154.000 dengan berat berisi 10kg

2.2.2 Willingnes to pay (WTP)

Kesediaan Membayar *Willingness to Pay* (WTP) adalah jumlah maksimum yang bersedia dibayar oleh seorang konsumen untuk memperoleh suatu barang, jasa, atau peningkatan kualitas produk tertentu. WTP mencerminkan nilai subjektif yang diberikan konsumen terhadap manfaat yang dirasakannya dari produk atau atribut produk tersebut. WTP sering digunakan dalam analisis ekonomi konsumen, penelitian pemasaran, dan penilaian nilai non-pasar seperti kualitas lingkungan, keamanan produk, atau estetika kemasan. Dalam konteks produk komersial seperti beras premium, WTP digunakan untuk mengetahui seberapa besar konsumen menghargai atribut seperti tekstur pulen, warna bening, atau aroma khas (Riana *et al.*, 2019b)

2.2.3 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen mengacu pada tindakan, keputusan, dan sikap yang ditunjukkan oleh individu atau kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan, dan membuang produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk faktor pribadi (seperti preferensi, nilai, dan gaya hidup), faktor sosial (seperti budaya, kelompok sosial, dan referensi kelompok), faktor psikologis (seperti

persepsi, motivasi, dan sikap), dan faktor situasional (seperti kondisi ekonomi, promosi, dan ketersediaan produk). Studi perilaku konsumen membantu perusahaan memahami preferensi dan kebutuhan konsumen untuk merancang strategi pemasaran yang efektif.

2.2.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi willingness to pay (WTP)

Kemauan untuk Membayar (WTP) dari konsumen terhadap pembelian suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa faktor utama yang bisa mempengaruhi seberapa besar konsumen bersedia membayar untuk suatu produk mencakup (Agribisnis, 2024)

1. Pendapatan: Tingkat pendapatan konsumen dapat memengaruhi seberapa banyak mereka bersedia membayar untuk suatu produk atau layanan. Konsumen dengan pendapatan lebih tinggi mungkin memiliki WTP yang lebih tinggi.
2. Usia : usia konsumen cukup penting karena konsumen dari berbagai usia mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda.
3. Harga: Harga produk atau layanan itu sendiri dapat memengaruhi WTP konsumen. Jika harga relatif rendah, konsumen mungkin lebih bersedia membayar lebih.
4. Merek: Faktor merek juga dapat memengaruhi WTP konsumen. Beberapa konsumen mungkin bersedia membayar lebih untuk merek tertentu yang dianggap berkualitas atau memiliki reputasi baik.
5. Dampak Kesehatan: Dampak kesehatan konsumen juga dapat mempengaruhi WTP terutama dalam konteks produk berkualitas seperti beras premium.

2.2.5 *Conditonal Logit*

Conditional logit adalah model regresi yang digunakan untuk menganalisis data dengan pasangan yang sudah dipadankan (*matched pairs*) berdasarkan karakteristik tertentu. Model ini memanfaatkan informasi dari pasangan-pasangan tersebut untuk mengukur pengaruh variabel penjelas terhadap peluang kejadian tertentu, seperti status pengangguran. Keunggulan utama dari model ini adalah kemampuannya untuk mengeliminasi efek *confounder* yang terkait langsung dengan pasangan yang dipadankan, sehingga menghasilkan estimasi yang lebih akurat dan tidak bias dalam menilai hubungan antar variabel

Analisis preferensi konsumen dilakukan menggunakan *model Conditional Logit* (CL) melalui aplikasi RStudio. Dalam konteks *Discrete Choice Experiments* (DCE), metode ini digunakan untuk memahami preferensi konsumen dalam memilih alternatif produk yang tersedia. *Conditional Logit* merupakan salah satu metode yang umum digunakan dalam DCE untuk mengidentifikasi preferensi konsumen serta mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka (Jayanti et al., 2021)

$$V_{in} = ASC + \beta_{sedang} + \beta_{bening} + \beta_{sedang} + \beta_{bening} + \beta_{sepatah} + \beta_{pulen} \\ + \beta_{perah} + \beta_{ratumerak} + \beta_{markisa} + \beta_{harga}$$

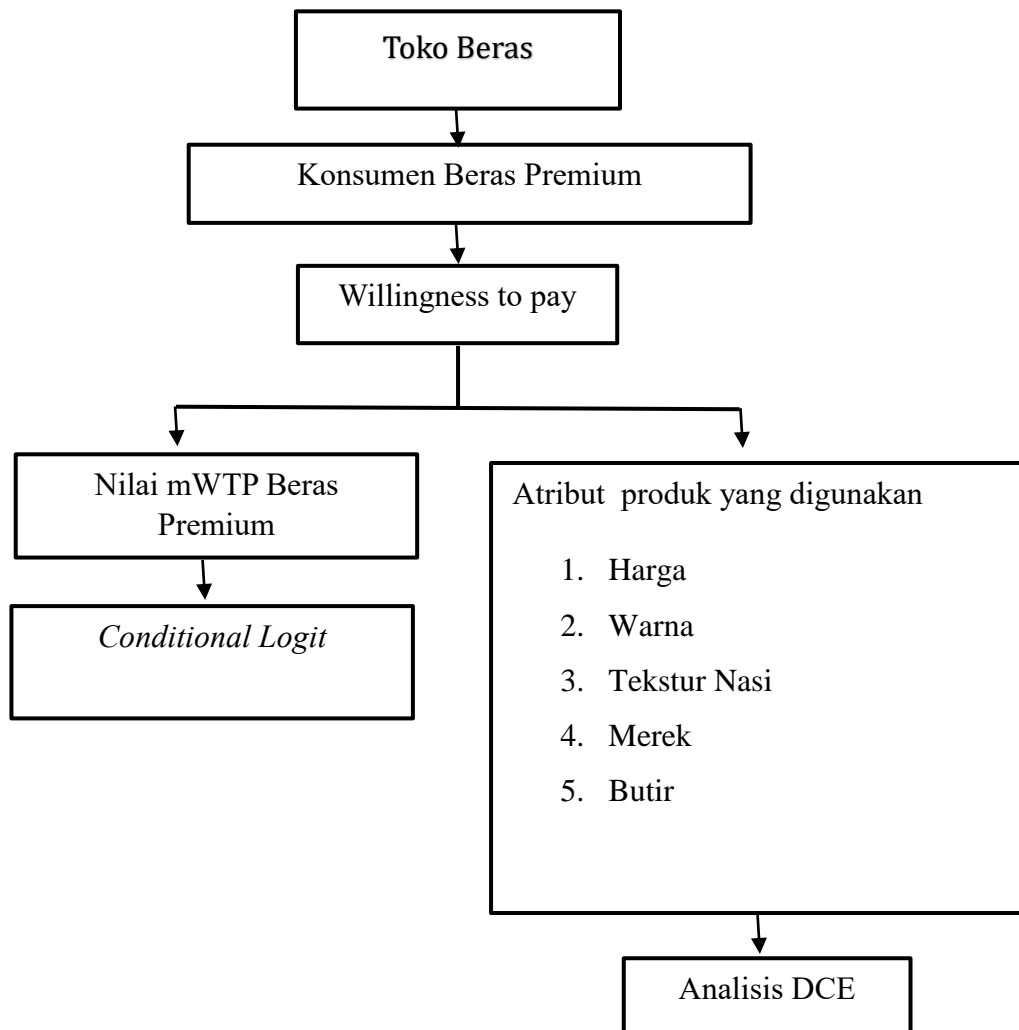
ASC merupakan konstanta spesifik alternatif, yang digunakan untuk menangkap efek yang tidak dijelaskan oleh atribut lainnya dalam model. Warna direpresentasikan sebagai variabel dummy, di mana bernilai 1 jika warna beras yang dipilih adalah *bening*, dan 0 jika *sedang*. Tekstur nasi direpresentasikan sebagai variabel dummy Bernilai 1 jika tekstur yang dipilih adalah *pulen*, dan 0

jika tidak. Bernilai 1 jika tekstur yang dipilih adalah *perah*, dan 0 jika tidak. (Atribut referensi adalah *sedang*.), merek direpresentasikan sebagai variabel dummy bernilai 1 jika merek yang dipilih adalah *Markisa*, dan 0 jika tidak. (Atribut referensi adalah *Ratu Merak*.), butir direpresentasikan dalam bentuk dummy variabel sebagai berikut; Bernilai 1 jika kondisi butir yang dipilih adalah *patah*, dan 0 jika tidak. Bernilai 1 jika kondisi butir yang dipilih adalah *sepatah*, dan 0 jika tidak. (Atribut referensi adalah *utuh*.). Harga merupakan variabel numerik yang menunjukkan harga 10 kg beras premium, dengan level harga sebesar Rp 13.600, Rp 154.000, dan Rp 169.400, yang ditentukan berdasarkan hasil riset harga melalui platform e-commerce.

2.2.6 Kerangka Pemikiran

Penggunaan WTP menjadi penting dalam menetapkan nilai maksimal yang bersedia dibayarkan oleh konsumen dan penelitian ini juga dilakukan guna mengetahui faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi willingness to pay konsumen terhadap pembelian beras premium. Analisis Discrete Choice Experiments (DCE) digunakan untuk mengetahui nilai wtp beras premium. Analisis Regresi Linear berganda digunakan untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang Mempengaruhi Willingness To Pay beras premium.

Penggunaan WTP menjadi penting dalam menetapkan nilai maksimal yang bersedia dibayarkan oleh konsumen dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya demi meningkatkan kualitas produk dan penjual dapat mengatur strategi harga untuk produk tersebut. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran sebagai berikut (Rahayu et al., 2024).



Gambar 2. 1 Skema Kerangka Pemikiran

2.2.7 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini akan memprediksikan bagaimana konsumen akan membuat pilihan di antara alternative dengan atribut dan level atribut yang berbeda beda pada set pilihan yang diberikan. Hipotesis dalam penelitian ini akan dirumuskan sebagai berikut:

1. Kombinasi level atribut tertentu beras premium mempengaruhi kesediaan membayar konsumen.
2. Konsumen memiliki kesediaan membayar terhadap level atribut tertentu dan cenderung memilih WTP yang lebih tinggi.