

## ABSTRAK

### KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) BERAS ORGANIK DI KOTA TASIKMALAYA

Oleh

**NUR LUTHFI HIDAYAH AMIRULLAH**  
**NPM 185009045**

**Dosen Pembimbing**

**D. Yadi Heryadi**

**Enok Sumarsih**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen beras organik dan menganalisis nilai kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) konsumen terhadap pembelian beras organik di Kota Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Alat analisis yang digunakan adalah analisis deksriptif untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen dan *Contingent Valuation Method* (CVM) digunakan untuk mengestimasi nilai WTP beras organik. Penelitian dilaksanakan di Kota Tasikmalaya selama 6 bulan yaitu Februari – Juli 2022 dengan menggunakan 30 responden yang dipilih menggunakan metode *Accidental Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen beras organik di Kota Tasikmalaya dari segi karakteristik psikografis responden mengonsumsi dan membeli beras organik didominasi oleh responden dengan alasan karena ingin hidup sehat dan karena sudah bersertifikat organik. Dari karakteristik demografis didominasi oleh konsumen yang umumnya berusia 36-45 tahun, berjenis kelamin perempuan, berpendidikan tinggi (Sarjana/S1), mempunyai pekerjaan sebagai wiraswasta/pedagang/pengusaha, berpendapatan antara Rp 5.000.001 – Rp 7.500.000,- yaitu di atas UMK Kota Tasikmalaya dan memiliki jumlah tanggungan yang kecil (keluarga kecil). Karakteristik geografis didominasi oleh konsumen yang tinggal di Kecamatan Tawang. Hasil rata-rata nilai WTP tertinggi yaitu pada beras organik dengan merek Pure Green Beras Merah Organik sebesar Rp 9.650 per kg terdapat surplus konsumen atau keuntungan yang diperoleh konsumen karena mendapatkan harga yang lebih rendah dari pada nilai barang tersebut untuknya, yaitu sebesar Rp 4.825,-. Banyaknya merek beras organik dan perbedaan harga tiap merek membuat kesediaan membayar setiap responden berbeda-beda ketika membeli beras organik di Kota Tasikmalaya.

Kata kunci : beras organik, karakteristik konsumen, kesediaan membayar, konsumen.

**ABSTRACT**  
**WILLINGNESS TO PAY MORE ORGANIC RICE IN TASIKMALAYA**  
**CITY**

By  
**NUR LUTHFI HIDAYAH AMIRULLAH**  
**NPM 185009047**

**Supervisor**  
**D. Yadi Heryadi**  
**Enok Sumarsih**

The purpose of this study was to describe the characteristics of consumers of organic rice and to analyze the value of consumers' willingness to pay for purchasing organic rice in Tasikmalaya City. The research method used is a survey method using primary data and secondary data. The analytical tool used is descriptive analysis to describe consumer characteristics and Contingent Valuation Method (CVM) is used to estimate the WTP value of organic rice. The research was conducted in Tasikmalaya City for 6 months, namely February - July 2022 using 30 respondents who were selected using the Accidental Sampling method. The results showed that the characteristics of consumers of organic rice in the City of Tasikmalaya in terms of psychographic characteristics of respondents consuming and buying organic rice were dominated by respondents with reasons of wanting to live a healthy life and because they were certified organic. From the demographic characteristics, it is dominated by consumers who are generally 36-45 years old, female, highly educated (Bachelor/S1), having a job as an entrepreneur/trader, earning between Rp 5.000.001 – Rp 7.500.000, - which is above the UMK of Tasikmalaya City and has a small number of dependents (small families). Geographical characteristics are dominated by consumers who live in Tawang District. The result of the highest average WTP value is in organic rice with the Pure Green Organic Red Rice brand of Rp. 9,650 per kg, there is a consumer surplus or profit obtained by consumers because they get a lower price than the value of the item for them, which is Rp. 4,825,-. The number of brands of organic rice and the difference in the price of each brand makes the willingness to pay of each respondent to be different when buying organic rice in the City of Tasikmalaya.

Keywords: organic rice, consumer characteristics, willingness to pay, consumers.