

ISBN : 978-602-50885-0-6

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL DAN RAPAT TAHUNAN DEKAN BIDANG ILMU PERTANIAN BKS-PTN WILAYAH BARAT

**"Mendorong Kedaulatan Pangan Melalui Pemanfaatan
Sumber Daya Unggul Lokal"**



**FAKULTAS PERTANIAN, PERIKANAN, DAN BIOLOGI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
Balunijuk, 20-21 Juli 2017**



PROSIDING

SEMINAR NASIONAL DAN RAPAT TAHUNAN DEKAN BIDANG ILMU PERTANIAN BKS-PTN WILAYAH BARAT

"Mendorong Kedaulatan Pangan Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Unggul Lokal"

BALUNIJUK, 20-21 JULI 2017

**FAKULTAS PERTANIAN, PERIKANAN, DAN BIOLOGI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG**

PROSIDING

**Seminar Nasional dan Rapat Tahunan Dekan
Badan Kerjasama Perguruan Tinggi Negeri (BKS-PTN) Wilayah Barat, Bidang
Pertanian**

“Mendorong Kedaulatan Pangan Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Unggul Lokal”

Penanggung Jawab : Dr. Tri Lestari, S.P., M.Si.

Ketua Panitia : Dr. Eries Dyah Mustikarini, S.P., M.Si.

Sekretaris : Nur Annis Hidayati, S.Si., M.Sc.

Bendahara : Dr. Endang Bidayani, S.Pi., M.Si.

Editor : Gigih Ibnu Prayoga, S.P., M.P.
Ropalia, S.P., M.Si.
Deni Pratama, S.P., M.Si.
Okto Supratman, S.Pi., M.Si.
Ahmad Fahrul Syarif, S.Pi., M.Si.

Desain sampul : Gigih Ibnu Prayoga, S.P., M.P.

ISBN 978-602-50885-0-6

Penerbit

Fakultas Pertanian, Perikanan, dan Biologi

Universitas Bangka Belitung

Alamat :

Kampus Terpadu UBB, Gedung Semangat, Desa Balunijuk

Kecamatan Merawang, Bangka Belitung

Telepon (0717) 422145/ Faksimile (0717) 421303

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullohi Wabarokatuh

Alhamdulillah, puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, sehingga kegiatan Seminar Nasional dan Rapat Tahunan Dekan (SEMIRATA) BKS-PTN Pertanian Wilayah Barat tahun 2017 dapat terlaksana. SEMIRATA BKS-PTN Pertanian Wilayah Barat merupakan kegiatan tahunan yang melibatkan semua PTN yang memiliki bidang ilmu pertanian. Kegiatan tersebut terbagi menjadi 2 (dua) kegiatan yaitu: (1) Seminar Nasional dan Seminar Hasil Penelitian serta, (b) Rapat Tahunan Dekan.

Tema kegiatan SEMIRATA tahun 2017 yang dilaksanakan di Kota Pangkalpinang Kepulauan Bangka Belitung adalah, **"Mendorong Kedaulatan Pangan Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Unggul Lokal"**. Sumber daya lokal seperti plasma nutfah, varietas lokal, lahan sub optimal, lahan-lahan pasca penambangan dan potensi perairan dapat dioptimalkan potensinya melalui kegiatan penelitian terapan yang mampu menghasilkan produk pangan unggulan.

Masyarakat Indonesia sebagai konsumen produk pangan harus diyakinkan bahwa produk pangan lokal cukup berkualitas. Hasil-hasil riset unggulan perguruan tinggi dan lembaga penelitian pertanian perlu terus dijembatani untuk bisa diaplikasikan petani. Petani diharapkan mampu munculnya produk pangan unggulan dari hasil penelitian yang berdaya saing tinggi. Kepercayaan yang tinggi dari masyarakat terhadap produk pangan lokal dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani.

Hal penting yang harus dilakukan saat ini adalah, bagaimana menjadikan negara agraris kita ini bisa menghasilkan produk pangan unggulan yang diminati oleh konsumen dalam negeri. Bagaimana supaya negara kita bisa menurunkan impor produk pangan. Bagaimana agar produk pangan lokal kita bisa menjadi tuan rumah di negeri ini.

Penyelenggaraan kegiatan SEMIRATA BKS-PTN Pertanian Wilayah Barat Tahun 2017 ini tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu kami ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Menteri Pertanian Republik Indonesia
2. Gubernur Propinsi Kepulauan Bangka Belitung
3. Rektor Universitas Bangka Belitung
4. Dekan Fakultas Pertanian, Perikanan dan Biologi-UBB
5. Ketua BKS-PTN Pertanian Wilayah Barat
6. Direktur PT Timah Persero TBK
7. Ketua Forum Rektor BKS-PTN Pertanian Wilayah Barat
8. Seluruh Anggota Panitia pelaksana kegiatan SEMIRATA tahun 2017

Selamat melaksanakan Seminar dan Rapat Tahunan Dekan, selamat menikmati keindahan kota PangkalPinang, lokasi-lokasi wisata di Pulau Bangka dan Belitung. Semoga apa yang kita lakukan ini memberikan manfaat bagi kita semua dan memajukan bangsa dan negara Republik Indonesia.

Ketua Panitia

Dr. Eries Dyah Mustikarini, S.P, M.Si



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
SAMBUTAN DEKAN	ii
DAFTAR ISI	iii

KEYNOTE SPEAKER

Pemanfaatan Lahan Bekas Penambangan Timah di Bangka Belitung Sebagai Lahan Pertanian	
Ismed Inonu.....	1
Pengembangan Tanaman Buah di Lahan Marginal	
Sobir	7
Peran Inovasi Teknologi Mendukung Perwujudan Kedaulatan Pangan	
Andi Muhammad Syakir	13
Pemanfaatan Lahan Pasca Tambang Mewujudkan Kedaulatan Pangan di Bangka Belitung	
PT. Timah Tbk	18

BIDANG AGROTEKNOLOGI

Peningkatan Keragaan Tanaman <i>Coleus</i> sp. dengan Menggunakan <i>Ethyl Methane Sulphonate</i> (EMS)	
Dia Novita Sari ¹ , Syarifah Iis Aisyah ² , dan Muhammad Rizal Martua Damanik ³	25
Keragaan Varietas Padi pada Cekaman Hara Rendah Lahan Pasang Surut	
Kesmayanti N* dan Purwanto R.J	31
Pertumbuhan Bibit Karet (<i>Hevea brasiliensis</i> Muell Arg.) Asal Benih Induk Berbeda Terhadap Pemberian Pupuk Kandang Kambing	
Maryani A.T.	37
Model Peningkatan Produksi Perkebunan Karet Sebagai Sektor Basis di Provinsi Jambi	
Mara .A* dan Syarif .M	42
Keragaman Karakter Agronomi dan Seleksi Klon-klon Ubikayu pada Populasi F₁ di Natar Lampung Selatan	
Utomo S.D*, Laksmana D, Yafizham, Tiara D, Edy A, dan Yuliadi E	51
Pengaruh Konsentrasi Benziladenin dan Sukrosa terhadap Multiplikasi Tunas Pisang Raja Bulu (AAB) <i>In Vitro</i>	
Hapsoro D*, Saputra D dan Yusnita	59
Optimalisasi Pertumbuhan <i>Seedling</i> Manggis (<i>Garcinia mangostana</i> L.) dengan Pemberian Zat Pengatur Tumbuh IBA dan Pemupukan	
Rugayah ^{1*} dan Karyanto A ¹	65
Keberadaan Fungi Arbuskular Mikoriza (FMA) pada Berbagai Vegetasi dan Kemiringan Lereng Di Laboratorium Lapang Terpadu FP UNILA	
Yusnaini S*, Arif M.Ach. S, Niswati A, dan Pakpahan A.Y	71
Penampilan Fenotipe dan Heritabilitas Padi Beras Merah dan Putih Hasil Seleksi Silang Tunggal serta Seleksi Silang Berulang	
Aryana I.G.P.M*, Santoso B.B, Kisman, Oktaviani N.I.	78
Tanggap Agronomi Empat Varietas Padi Beras Merah Terhadap Uji Lokasi di Lahan Pasang Surut	
Asmawati*, Rastuti Kalasari	86
Penggunaan Kombinasi Pupuk Organik Hayati dengan Pupuk Anorganik dalam Meningkatkan Produksi Padi (<i>Oryza sativa</i> L.) Varietas IPB 4S di Lahan Pasang Surut Tipe Luapan C	
Marlina N* dan Asmawati	93
Aplikasi Pupuk Hayati Mikoriza dari 10 Sumber yang Berbeda Terhadap Pertumbuhan Bibit Kakao di Tanah Ultisol Bengkulu	
Edi Susilo ^{1*} , Parwito ¹ dan Hesti Pujiwati ²	100
Pengaruh Kompos Kulit Buah Kakao dan Pupuk Fosfor Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Bawang Merah (<i>Allium ascalonicum</i> L.)	
Erlida Ariani*, Husna Yetti, Yulius Situmorang	107



Utilization of Fermented Shrimp Waste Meal in Rations to Laying Hens Performances Filawati*, Mairizal, and Suparjo	959
Performa Reproduksi Sapi PO yang Dipelihara pada Daerah dengan Ketinggian Berbeda Iskandar*, Farizal dan Yurleni	964
Respon Fisiologis Ternak Kerbau yang Diberi Pakan Pelepah Sawit Ulil Amri ¹ , Yurleni ¹ dan S. Fakhri ²	971
Fraksi Bioaktif Daun Industri Tanaman Karet dan Antimikroorganisme Faizah Hamzah*, Farida Hanum Hamzah dan Nirwana Hamzah	977
Kinerja Usaha Ternak Puyuh Petelur di Kota Bengkulu Eko Sumartono*, Ketut Sukiyono, dan Agung Rahmat	984
Efektivitas Implementasi Program Optimalisasi Inseminasi Buatan (IB) Untuk Mendukung Program Swasembada Daging Di Kabupaten Tebo Endri Musnandar*, Bayu Rosadi dan Firmansyah	991
Pentingnya Kesehatan Hutan Bagi Pengelola Hutan Rakyat Sengon di Provinsi Lampung Rahmat Safe'i*	1000
Peningkatan Produksi Ternak Sapi Potong dengan Memanfaatkan Pelepah Daun Kelapa Sawit Amoniasi Suyitman*, Lili Warly, Arif Rachmat	1006
Keragaman Karakteristik Fenotip Domba Lokal Ekor Tipis di Provinsi Jambi Gushairiyanto ^{1*} dan Depison ²	1013
Retensi Zat Makanan Pada Ayam Kampung yang Mengonsumsi Ransum Mengandung Tepung Azolla (<i>Azolla microphylla</i>) Difermentasi dengan Jamur <i>Pleurotus ostreatus</i> Noferdiman*, Zubaidah dan Sestilawarti	1020
Perempuan sebagai Pemeran Sentral Kedaulatan Pangan di Sekitar Hutan Lindung Christine Wulandari ^{1*} dan Pitojo Budiono ²	1028
Perbedaan Sistem Pemeliharaan terhadap Kualitas Telur Itik Bayang Sabrina ¹ , Firda Arlina ¹ , Mutia El Afisha ²	1033
Penggunaan Tepung Sagu Afkir untuk Menggantikan Tepung Jagung dalam Ransum terhadap Performa Sapi PO Duta Setiawan ^{1*} , Joni Ariansyah ² , Zakiatulyaqin ¹	1040
Penambahan Ekstrak Bawang Dayak dalam Air Minum Terhadap Pertambahan Bobot Badan, Konsumsi Pakan dan Konsumsi Air Minum Ayam Broiler Zakiatulyaqin*, Duta Setiawan, Marjoko Purnomosidi	1046
Impor Daging Sapi Indonesia dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya Dwi Yuzaria*, Amna Suresti, Egar Andinata,	1051
Kajian Kesiediaan Membayar Konsumen (<i>Willingness to Pay</i>) terhadap Produk Telur Ayam Kampung Mirawati Yanita* dan Ira Wahyuni	1063
Sistem Integrasi Ternak Ruminansia dan Tanaman di Perkebunan Kopi Semiorganik Rusdi Evizal ^{1*} , Fembriarti Erry Prasmatiw ² , Tamaluddin Syam ³ , Hidayat Pujiswanto ⁴ , Rudy Sutrisna ⁵	1071
Pengaruh Fermentasi Limbah Jus Jeruk (<i>Citrus sinensis</i>) terhadap Senyawa Fitokimia dan Aktivitas Antibakteri sebagai Antibiotik Alami pada Ayam Broiler Ucop Haroen*, Agus Budiansyah and Nelwida	1079
Klonasi Parsial Gen AMP (<i>Anti Microbial Peptide</i>) dan Gen Mx dari Ikan Kerapu Tikus (<i>Cromileptes altivelis</i>) Wardiyanto*	1088
Analisis Faktor Kinerja Penyuluh Pertanian PNS di Provinsi Riau (Studi Kasus di Kota Dumai dan Kabupaten Siak) Novika Sari Harahap ^{1*} , Rosnita ² , Roza Yulida ²	1098
Suplementasi Ekstrak Rimpang Curcuma Sebagai Sumber Antioksidan dalam Pakan Konsentrat Sapi Potong Secara <i>In Vitro</i> Mardalena*, S. Syarif, A. Latif	1105
Aplikasi Teknologi <i>Near Infrared Spectroscopy</i> (NIRS) untuk Evaluasi Parameter Nutrisi Pakan Ternak	



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA :

Dr. Ir. Ira Wahyuni, M.P.

Sebagai PEMAKALAH ORAL dalam rangka
**SEMINAR NASIONAL DAN RAPAT TAHUNAN DEKAN
BIDANG ILMU PERTANIAN BKS-PTN WILAYAH BARAT**
dengan tema

“Mendorong Kedaulatan Pangan Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Unggul Lokal”
Pangkalpinang, 20 Juli 2017

Dekan Fakultas Pertanian,
Perikanan dan Biologi UBB

Dr. Tri Lestari, M.Si

Ketua Panitia

Dr. Eries Dyah Mustikarini, M.Si



Kajian Kesiediaan Membayar Konsumen (*Willingness to Pay*) terhadap Produk Telur Ayam Kampung

Mirawati Yanita* dan Ira Wahyuni

Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis Universitas Jambi

Jalan Raya Mendalo darat KM 15 Muaro Jambi

*email: mirazahrie@gmail.com

ABSTRAK

Gejala *back to nature* (kembali ke alam) menjadi suatu hal yang menarik. Masyarakat kelas menengah ke atas yang semula menyenangi segala sesuatu yang serba teknologi kini mulai berubah ke situasi yang serba alami. Saat ini kecenderungan permintaan daging dan telur ayam kampung yang terus meningkat tampaknya ikut dipengaruhi oleh fenomena tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk 1) Menganalisis kesiediaan konsumen (*Willingness to pay*) membayar telur ayam kampung. dan 2) Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap telur ayam kampung. Penelitian menggunakan *bidding price method*. Yakni Teknik wawancara untuk mengetahui kesiediaan membayar mengkonsumsi telur ayam kampung menggunakan kombinasi pendekatan terbuka (*open ended*) dan *close-ended CVM* (*Contingent Valuation Method*) dengan berusaha menggali kesiediaan responden untuk membayar secara individu. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dari total responden sebesar 46,67% bersedia membayar lebih produk telur ayam kampung tersebut, Sedangkan bila harga naik mencapai 75%, maka hanya 8,89% yang bersedia membayar lebih produk tersebut. Faktor yang mempengaruhi kesiediaan konsumen dalam membayar produk telur ayam kampung dalam model adalah variabel umur, pendidikan, kualitas dan *bidding price* yang berpengaruh nyata terhadap WTP telur ayam kampung. Selain itu atribut harga juga menjadi pertimbangan khusus bagi konsumen untuk membeli telur ayam kampung sebagai isyarat bahwa peningkatan konsumsi telur ayam kampung dapat dipacu dengan penurunan harga jual serta terjaminnya keaslian produk yang sekaligus mencerminkan juga faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap telur ayam kampung tersebut.

Kata Kunci: Kesiediaan membayar, *bidding price*, Telur ayam kampung

1. Pendahuluan

Gejala *back to nature* (kembali ke alam) menjadi suatu hal yang menarik akhir akhir ini.. Masyarakat kelas menengah ke atas yang semula menyenangi segala sesuatu yang serba teknologi kini mulai berubah ke situasi yang serba alami. Saat ini kecenderungan permintaan daging dan telur ayam kampung yang terus meningkat tampaknya ikut dipengaruhi oleh fenomena tersebut. Persepsi masyarakat tentang ayam kampung adalah ayam yang asli, masih berbau alam, dan belum tercemar oleh zat-zat berbahaya. Terlepas dari itu semua ayam kampung memiliki potensi untuk lebih dari sekedar sumber protein hewani, tetapi juga telur sebagai produk utama selain daging ayam kampung juga ikut menjadi peluang untuk ditumbuhkembangkan sama halnya dengan ayam ras yang dikonsumsi oleh masyarakat umumnya.

Telur ayam kampung yang asli mempunyai kelebihan dibandingkan telur ayam yang lain. Selain sumber kalori dan protein hewani yang cukup baik (mudah diserap usus dalam jumlah yang banyak) dapat dipakai sebagai campuran minuman jamu yang diyakini dapat memberikan kesegaran pada tubuh. Dengan demikian tubuh tidak mudah kena penyakit. Per 100 gram telur ayam kampung mengandung 174 kalori, 10,8 gram protein, 4,9 mg zat besi dan 61,5 g retinol (vitamin A).

Bila dilihat dari sisi produksi, telur ayam ras (*leghorn*) petelur bisa mencapai 300 butir setahun. Sementara ayam kampung yang dipelihara secara khusus paling banyak hanya 100 butir telur. Begitu juga dengan ayam ras pedaging (*broiler*) yang cepat besar, dalam waktu 30 hari dan bisa mencapai 1 kg. Sementara ayam kampung membutuhkan 3 bulan untuk mencapai bobot hidup yang sama. Kondisi ini merupakan salah satu sebab mengapa harga daging dan telur ayam kampung menjadi lebih tinggi. Dengan harga yang sama, misalnya diasumsikan untuk telur ayam ras, konsumen cukup mengeluarkan biaya sebesar Rp 14.000 untuk memperoleh 14-15 butir telur, sebaliknya hanya memperoleh 6-7 butir untuk telur ayam kampung (buras).



Umumnya di negara berkembang, seperti di Indonesia terkadang terjadi ketidakpastian keamanan dan kebersihan yang dirasakan konsumen dalam mengkonsumsi produk sebagai sarana pemenuhan kebutuhan akan sumber protein yang bersifat hewani. Hal ini disebabkan karena orientasi masyarakat umumnya adalah bagaimana dapat memenuhi kebutuhan keluarga dengan biaya yang relatif terjangkau dan minim atau dengan kata lain masyarakat umumnya terkendala oleh faktor harga dikarenakan adanya keterbatasan anggaran. Sehingga bila dikaitkan dengan teori utilitas bahwa diperlukan suatu studi mengenai apakah konsumen atau masyarakat mau dan bersedia mengeluarkan biaya atau membayar (*willingness to pay*) produk telur ayam kampung dibandingkan dengan telur ayam ras., serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap telur ayam kampung tersebut.

Willingness to Pay (WTP) adalah harga maksimum yang konsumen ingin bayarkan terhadap barang dan jasa dan mengukur seberapa tinggi konsumen ingin bayarkan terhadap barang dan jasa atau dengan kata lain mengukur manfaat marginal dari konsumen. Secara grafis WTP adalah area di bawah kurva permintaan. Surplus konsumen adalah WTP dikurangi jumlah yang dibayarkan atau jumlah yang ingin dibayarkan oleh konsumen dikurangi dengan jumlah yang secara aktual dibayarkan oleh konsumen (Besanko, et al, 2002).

Sedangkan surplus produsen adalah jumlah yang dibayarkan oleh produsen dikurangi biaya produksi. Surplus produsen menggambarkan manfaat yang diterima produsen ketika terlibat di pasar. Suplai pasar menggambarkan biaya marginal untuk memproduksi barang dan jasa, sedangkan permintaan pasar menggambarkan *marginal benefit* dari mengkonsumsi barang dan jasa. *Net Social Benefit* atau surplus pasar adalah selisih antara manfaat yang diperoleh masyarakat dari memproduksi sumber daya alam dan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksinya. Efisiensi terjadi di titik Z yaitu ketika kesempatan yang membuat seseorang menjadi lebih sejahtera tidak membuat orang lain berkurang kesejahteraannya dan dikenal dengan *Pareto efficiency*. Titik optimal terjadi pada saat manfaat sosial bersih (*Net Social Benefit NSB*) maksimum yaitu $MC=MB$. (Gambar 1) Permintaan pasar menunjukkan WTP terhadap setiap unit barang dan jasa. Dalam pasar persaingan sempurna $P=MC=MB$ dengan demikian persaingan sempurna menggambarkan kondisi yang efisien.

Lebih lanjut WTP atau kemauan/keinginan untuk membayar didefinisikan juga sebagai jumlah yang dapat dibayarkan seorang konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Zhao dan Kling (2004) menyatakan bahwa WTP adalah harga maksimum dari suatu barang yang ingin dibeli oleh konsumen pada waktu tertentu. Sedangkan Horowitz et al 2011, menekankan pengertian WTP pada berapa kesanggupan konsumen untuk membeli suatu barang. WTP itu sebenarnya adalah harga pada tingkat konsumen yang merefleksikan nilai barang atau jasa dan pengorbanan untuk memperolehnya (Simonson et al 2003). Disisi lain, WTP ditujukan untuk mengetahui daya beli konsumen berdasarkan persepsi konsumen.

Proses memahami konsep WTP konsumen terhadap suatu barang atau jasa harus dimulai dari konsep utilitas, yaitu manfaat atau kepuasan karena mengkonsumsi barang atau jasa pada waktu tertentu. Setiap individu ataupun rumah tangga selalu berusaha untuk memaksimalkan utilitasnya dengan pendapatan tertentu, dan ini akan menentukan jumlah permintaan barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Permintaan diartikan sebagai jumlah barang atau jasa yang mau atau ingin dibeli atau dibayar (*willingness to buy or willingness to pay*) oleh konsumen pada harga tertentu dan waktu tertentu (Perloff, 2004). Utilitas yang akan didapat oleh seorang konsumen memiliki kaitan dengan harga yang dibayarkan yang dapat diukur dengan WTP. Sejumlah uang yang ingin dibayarkan oleh konsumen akan menunjukkan indikator utilitas yang diperoleh dari barang tersebut (PSE-KP UGM, 2002).

Menurut Fauzi (2004) teknik penilaian ekonomi sumber daya yang tidak dipasarkan digolongkan menjadi dua pendekatan yaitu (1) pendekatan tidak langsung atau *revealed Willingness To Pay* (WTP) (keinginan membayar terungkap) misalnya menggunakan metode *travel cost*, *hedonic pricing*, dan *random utility model*; (2) pendekatan langsung atau survey misalnya dengan *Contingent Valuation Method* (CVM), *Random Utility Model*, dan *Contingent Choice*. Metode CVM digunakan untuk menilai ekonomi barang publik dengan menanyakan langsung kepada pengguna jasa lingkungan seberapa besar maksimum kesediaan membayar sebagai kompensasi akibat kerusakan lingkungan.

Terdapat 4 macam desain kuesioner yang umum digunakan yakni (1) Metode pertanyaan langsung (*'direct question' method/open ended*), yaitu dengan cara memberikan pertanyaan langsung berapa harga yang sanggup dibayarkan oleh responden untuk dapat memanfaatkan atau

mengkonsumsilingkungan yang ditawarkan. (2) Metode penawaranbertingkat ("*bidding game*" *method*).Caranya dengan menetapkan sebuah harga"tertentu' telah ditetapkan oleh pewawancara kemudian ditanyakan kepada responden apakah harga tersebut layak. Jika responden menjawab "ya" dengan harga yang ditawarkan maka harga dinaikkan terus hingga responden menjawab "tidak". Angka terakhir yang dicapai tersebut merupakan nilai WTP yang tertinggi. Hal yang sebaliknya bisa juga terjadi yaitu jika responden menjawab "tidak" untuk harga pertama yang ditawarkan. Jika demikian yang terjadi maka harga diturunkan terus hingga responden menjawab "ya". Angka terakhir yang dicapai tersebut dianggap sebagai nilai WTP ini dianggap sebagai harga/nilai barang lingkungan yang ditawarkan. (3) Metode kartu pembayaran ("*payment card*" *method*). Metode ini digunakan dengan bantuan sebuah kartu berisi daftar harga yang dimulai dari nol (0) sampai pada suatu harga tertentu yang relatif tinggi. Kemudian kepada responden ditanyakan harga maksimum sanggup membayar untuk suatu produk sumber daya alam. dan (4) metode setuju atau tidak setuju ("*take it or leave*" *Method*). Dari sudut responden metode ini sangat mudah karena responden ditawarkan sebuah harga, kemudian ditanya, setuju atau tidak dengan harga tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1). Menganalisis kesediaan konsumen (*Willingness to pay*) membayar telur ayam kampung dan 2) Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap telur ayam kampung.

2. Bahan dan Metode

Penelitian dilaksanakan di kota Jambi, selama rentang waktu bulan Mei – Juni 2016. Penelitian dilakukan dengan teknik wawancara, kemudian secara *accidental* diambil sampel sebanyak 45 orang. Sampel ini dibagi ke dalam 3 bagian, pertama untuk tawaran harga dengan kenaikan sebesar 10%, kedua sebesar 30% dan ketiga sebesar 75%. Untuk melihat WTP digunakan *bidding price method*. Teknik wawancara untuk mengetahui kesediaan membayar (WTP) untuk mengonsumsi telur ayam kampung menggunakan kombinasi pendekatan terbuka (*open ended*) dan *close-ended CVM* (*Contingent Valuation Method*) dengan berusaha menggali kesediaan responden untuk membayar secara individu. Dalam pendekatan *close ended CVM* digunakan *discrete choice* untuk menanyakan kepada responden menerima atau menolak sebuah harga yang ditawarkan (*bidding price*) pada sebuah pasar hipotesis melalui estimasi yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Definisi Variabel dan coding

- Kesediaan membayar konsumen (*Willingness to Pay*) (WTP) adalah variabel yang menjelaskan kesediaan membayar konsumen (1) dan 0, jika konsumen tidak bersedia membayar telur ayam kampung.
- Tingkat pendidikan (EDU) adalah lamanya masa sekolah yang ditempuh oleh responden (tahun)
- Umur (AGE) adalah usia masing-masing responden (tahun)
- Pendapatan (EXP) diukur melalui besarnya pengeluaran per bulan yang dikeluarkan oleh responden dalam pemenuhan kebutuhannya (Rp/bulan)
- Anggota keluarga (ANG) adalah banyaknya/ jumlah anggota keluarga pada setiap responden (orang)
- Pekerjaan (JOB) adalah mata pencaharian responden, jika bekerja dianggap 1, dan jika tidak bekerja dianggap 0
- *Awareness* /kepedulian konsumen (AWN) adalah atribut sikap yang dianggap penting oleh responden terhadap telur ayam kampung (1) dan 0, jika atribut tersebut dianggap tidak penting.
- Kualitas (QLY) adalah keyakinan konsumen terhadap atribut yang menempel pada telur ayam kampung, 1 jika dianggap penting dan 0 jika dianggap tidak penting.
- *Bidding Price* (BP) adalah tawaran harga kepada konsumen apakah bersedia membayar lebih produk telur ayam kampung dengan kenaikan sebesar 10%, = 1, 30% = 2, dan 75% = 3

Metode analisis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik biner, dimana variabel respon bersifat dikotomi (*Dichotomous Choice Model*) atau memiliki dua peluang kejadian. Model logit dapat



menduga peluang responden untuk memilih bersedia atau tidak bersedia untuk membayar pembelian produk telur ayam kampung dibandingkan dengan telur ras. Selanjutnya untuk menentukan tingkatan validitas, realibilitas, dan signifikansi dalam penggunaan berdasar CVM (Krieger dan Hoehn, 1997; Roosen et al, 1998 ;Messonnier et al, 2000) digunakan pengujian secara regresi. Responden dibuat ke dalam sebuah model analisis regresi logit (*Logistic Regression Model*) untuk mengetahui seberapa besar kesediaan konsumen untuk membayar (WTP) konsumen terhadap telur ayam kampung

Analisis regresi logistik merupakan bagian dari analisis regresi. (Majid, 2008). Formula dari transformasi logit adalah:

$$\text{Logit}(p_i) = \log_e \left(\frac{p_i}{1-p_i} \right)$$

dengan p_i adalah peluang munculnya kejadian kategori sukses dari peubah respon untuk orang ke- i dan $\log_e$ adalah logaritma dengan basis bilangan e . Kategori sukses secara umum merupakan kategori yang menjadi perhatian dalam penelitian.

Dengan demikian model yang digunakan dalam analisis regresi logistik biner adalah sebagai berikut ini:

$$\text{Logit}(p_i) = \beta_0 + \beta_1 X$$

dengan logit (p_i) adalah nilai transformasi logit untuk peluang kejadian sukses, β_0 adalah intersep model garis regresi, β_1 adalah slope model garis regresi dan X adalah peubah penjelas (Majid, 2008). L_i dikenal dengan Logit, yang merupakan logaritma dari rasio sebelumnya dan linier dalam variabel independen dan parameter. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dengan mode logit untuk melihat hubungan antar variabel dimana variabel terikatnya bersifat dummy dengan nilai 1 dan 0 (Govindasamy dan Italia, 1998), dimana :

$$Y_{wtp} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + X_8 + e$$

Dimana :

- Y_{wtp} = kesediaan membayar konsumen terhadap produk telur ayam kampung 1, jika bersedia membayar, 0, jika tidak bersedia membayar
- Umur, X_1 (AGE) adalah usia masing-masing responden (tahun)
- Pendapatan, X_2 (EXP) diukur melalui besarnya pengeluaran per bulan yang dikeluarkan oleh responden dalam pemenuhan kebutuhannya (Rp/bulan)
- Tingkat pendidikan, X_3 (EDU) adalah lamanya masa sekolah yang ditempuh oleh responden (tahun)
- Anggota keluarga, X_4 (ANG) adalah banyaknya/ jumlah anggota keluarga pada setiap responden (orang)
- Pekerjaan, X_5 (JOB) adalah mata pencaharian responden, jika bekerja dianggap 1, dan jika tidak bekerja dianggap 0
- Awareness /kepedulian konsumen, X_6 (AWN) adalah atribut sikap yang dianggap penting oleh responden terhadap telur ayam kampung (1) dan 0, jika atribut tersebut dianggap tidak penting.
- Kualitas, X_7 (QLY) adalah keyakinan konsumen terhadap atribut yang menempel pada telur ayam kampung, 1 jika dianggap penting dan 0 jika dianggap tidak penting.
- Bidding Price, X_8 , (BP) merupakan kenaikan harga yang ditawarkan kepada konsumen, dengan variasi, 10% = 1, 30% = 2, dan 75% = 3

Selanjutnya dilakukan uji terhadap model yaitu: 1) Uji Wald digunakan untuk uji nyata parsial bagi masing-masing koefisien variabel. Dalam pengujian hipotesa, jika koefisien dari variabel penjelas sama dengan nol, hal ini berarti variabel penjelas tidak berpengaruh pada variabel respon. Uji Wald melakukan pengujian terhadap hipotesis:

$H_0 = \beta_j = 0$ = variabel independen ke i tidak memiliki pengaruh signifikan

$H_1 = \beta_j \neq 0$ = variabel independen ke i memiliki pengaruh signifikan, (dimana $j = 1, 2, \dots, 6$)

2) Uji keterandalan ini dilakukan dalam pelaksanaan CVM. Berhasil tidaknya pelaksanaan CVM dilihat berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) dari OLS (*Ordinary Least Square*) WTP. Selanjutnya 3) uji koefisien regresi dimana dalam hubungan antar variabel kategori mengenal adanya ukuran asosiasi atau ukuran keeratan hubungan antar variabel kategori. Salah satu ukuran asosiasi yang dapat diperoleh melalui analisis regresi logit adalah *odds ratio*. *Odds* berarti rasio peluang kejadian sukses dengan kejadian tidak sukses dari variabel respon (Firdaus dan Afendi, 2005). *Odds ratio* mengindikasikan seberapa lebih mungkin, dalam kaitannya dengan nilai *odds*, munculnya kejadian sukses pada suatu kelompok dibandingkan dengan kelompok lainnya. *Odds ratio* tidak membutuhkan variabel yang menyebar normal dan juga hubungan antar variabel tidak terjadi homokedastisitas.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan total responden, karakteristik sebagian besar konsumen berusia di antara 31-35 dan > 45 tahun, dengan proporsi sebesar 44,6%, diikuti kisaran usia 31-35 tahun dan 40-45 tahun dengan proporsi sebesar 40%. Terakhir rentang usia antara 20-25 tahun dan 26-30 tahun sebesar 15,6%.

Pendapatan responden diukur dari pengeluaran masing-masing responden/bulan dalam keluarga. Berdasarkan penelitian diperoleh bahwa mayoritas responden memiliki pengeluaran per bulan antara > Rp. 3 juta – Rp. 5 juta sebesar 40%. Selanjutnya dengan tingkat pengeluaran sebesar >Rp. 5 juta – Rp. 7 juta dengan proporsi 26,67%, diikuti oleh responden dengan pengeluaran lebih besar dari Rp. 7 juta yang memiliki proporsi 17,78%. Terakhir responden dengan pengeluaran antara Rp. 1 juta sampai Rp 3 juta dengan proporsi sebesar 15,56%.

Tingkat pendidikan responden menduduki proporsi 46,7% untuk level sarjana, diikuti oleh responden pada level strata dua yakni 26,7% . Proporsi paling kecil pada tingkat strata 3 sebesar 2,22% dan level diploma, SMP dan SMA dengan proporsi 13,3 %. Responden dengan jumlah anggota keluarga dengan komposisi antara 6-10 orang berada pada proporsi paling banyak yaitu sebesar 88,9% dan 11,11% untuk jumlah anggota keluarga antara 2-5 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan keluarga besar. Selanjutnya sebagian besar responden memiliki pekerjaan yaitu sebesar 68,9% dan sisanya tidak bekerja atau menjadi ibu rumah tangga sebanyak 31,1%.

Kesediaan membayar Konsumen

Kesediaan membayar konsumen atau *willingness to pay* konsumen terhadap produk telur ayam kampung melalui CVM, diperoleh bahwa secara keseluruhan dari 45 responden dengan membagi 3 bagian harga yang ditawarkan (*bidding price method*) ternyata 46,67% bersedia membayar produk telur ayam kampung tersebut. Sebaliknya bila responden diberikan tawaran harga untuk harga telur ayam kampung, bila naik 10%, maka 24,44% bersedia membayar produk tersebut. Bagi responden lain yang ditawarkan harga kenaikan produk mencapai 30% dari harga semula, proporsi responden yang bersedia membayar sebesar 13,33% saja. Terakhir tawaran harga yang diberikan kepada responden, bila naik mencapai 75%, maka hanya 8,89% responden yang bersedia membayar produk tersebut.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesediaan Membayar Konsumen

Berdasarkan variabel bebas yang terdapat dalam model, hanya 3 variabel yang signifikan yaitu variabel umur, pendidikan dan kualitas. Untuk variabel lainnya yaitu variabel pendapatan, jumlah anggota keluarga, pekerjaan dan kepedulian konsumen diperoleh tidak signifikan. Korelasi bersama variabel independen terhadap variabel terikat yaitu WTP yang merupakan korelasi majemuk pada nilai Chi-Square diperoleh nilai sebesar 44,724 dengan nilai sig 0.000 < 0.2. Hal ini berarti secara bersama-sama semua variabel bebas berhubungan dengan kesediaan konsumen membayar (WTP). Berikut dibahas faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap produk telur ayam kampung.



- *Umur*

Variabel umur mempunyai koefisien yang signifikan pada probabilitas $< 0,2$ terhadap kesediaan membayar konsumen terhadap produk telur ayam kampung dengan koefisien regresi sebesar 0,140. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap pertambahan umur sebesar 1 tahun, maka probabilitas kesediaan membayar konsumen akan bertambah sebesar 0,140 satuan produk. Keadaan ini didukung oleh bervariasinya usia responden atau konsumen, dimana usia yang paling banyak berada pada kisaran 36-40 tahun dan > 45 tahun. Nilai *Odds ratio* variabel umur sebesar 1,244, artinya responden yang memiliki umur 1 tahun lebih tinggi dari lainnya memiliki peluang kesediaan membayar WTP 1,244 kali lebih besar.

- *Pendapatan*

Variabel pendapatan yang diukur dari pengeluaran konsumen per bulan, ternyata tidak signifikan. Walaupun pendapatan naik atau turun, maka konsumen tetap tidak bersedia membayar lebih produk telur ayam kampung. Dapat dijelaskan dari sebagian konsumen yang diwawancarai, walaupun mereka memiliki pendapatan yang tinggi, tetapi sebagian besar pendapatan tersebut digunakan untuk keperluan keluarga lainnya, seperti pendidikan dan kesehatan, serta rekreasi. Sedangkan telur yang dianggap sebagai kebutuhan sehari-hari, dipilih yang memiliki harga lebih kompetitif dan ekonomis.

- *Pendidikan*

Tingkat pendidikan sebagai variabel lain dalam penentuan kesediaan membayar konsumen terhadap telur ayam kampung ini, memiliki nilai yang signifikan dengan koefisien 0,161 dengan probabilitas $< 0,2$ tetapi hubungannya adalah negatif. Hal ini terjadi, dikarenakan walaupun pendidikan konsumen relatif rendah tetapi mereka memiliki keyakinan mengenai kualitas yang diperoleh dari orang tua mengenai manfaat dan khasiat dari telur ayam kampung, sehingga mereka bersedia membayar lebih produk tersebut. Bila dilihat nilai *odds ratio* sebesar 0,535 yang berarti responden yang memiliki pendidikan lebih rendah memiliki peluang kesediaan membayar produk telur ayam kampung sebanyak 0,535 kali lebih besar.

- *Jumlah anggota keluarga*

Variabel jumlah anggota dalam keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar telur ayam kampung. Jumlah anggota keluarga yang sedikit pun ternyata tidak membuat konsumen serta merta bersedia membayar produk telur ayam kampung tersebut apalagi jumlah anggota keluarga konsumen lebih banyak.

- *Pekerjaan*

Pekerjaan dalam penelitian ini hanya dibagi dua yaitu bekerja ataupun tidak bekerja. Di atas telah disebutkan bahwa sebesar 68,9% konsumen adalah bekerja dan sisanya 31,1% tidak bekerja. Hasil pengujian menunjukkan variabel ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan membayar konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat peluang yang cukup besar bagi produk telur ayam kampung untuk lebih dikembangkan, karena segmen pasar telur ayam kampung tidak terbatas hanya pada konsumen yang bekerja saja tetapi juga konsumen yang tidak bekerja.

- *Kepedulian*

Berdasarkan teori pembentukan sikap manusia, seringkali sikap dijadikan tolak ukur untuk meramalkan perilaku seseorang, bahkan ada kalanya sikap memegang peranan utama dalam membentuk perilaku seseorang. Sebagian ada juga yang berpendapat bahwa hubungan antara sikap dan perilaku juga dipengaruhi oleh faktor lainnya, sehingga belum tentu terdapat hubungan yang positif antara sikap dan perilaku manusia. Dalam penelitian ini, variabel sikap ditunjukkan oleh kepedulian konsumen terhadap hormon dan zat berbahaya yang digunakan pada telur ayam ras, sementara perilaku manusia tersebut dicerminkan oleh kesediaan konsumen membayar produk telur ayam kampung.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa, kepedulian konsumen tidak berpengaruh terhadap perilaku mereka yaitu kesediaan membayar produk telur ayam kampung tersebut. Keadaan menjelaskan bahwa ada faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara sikap dan perilaku

konsumen dalam mengkonsumsi telur pada umumnya terutama untuk konsumsi telur ayam kampung. Faktor lainnya ini setelah ditanyakan melalui wawancara terbuka karena selain faktor harga ternyata kesulitan untuk memperoleh telur ayam kampung yang benar-benar asli membuat konsumen tidak bersedia untuk membayar telur ayam kampung tersebut.

- **Kualitas**

Variabel kualitas yang ditunjukkan oleh keyakinan konsumen terhadap nilai dan manfaat telur ayam kampung terutama dari sisi kesehatan, memiliki hubungan yang signifikan terhadap kesediaan konsumen membayar produk itu. Hasil pengujian menunjukkan dengan probabilitas $< 0,2$, pengaruh yang sangat nyata dengan koefisien sebesar 9,275. Dari sini bisa ditarik kesimpulan bahwa persepsi yang telah tertanam dalam benak konsumen mengenai kualitas telur ayam kampung, membuat konsumen bersedia membayar lebih telur ayam kampung tersebut.

- **Bidding Price**

Tujuan diberlakukannya *bidding price* adalah ingin melihat sejauh mana kesediaan konsumen membayar lebih produk telur ayam kampung dengan tawaran kenaikan harga. Tawaran kenaikan harga ini dimulai dari kenaikan sebesar 10% dari harga dasar, lalu ditawarkan kenaikan harga 30% kepada konsumen yang lain dan terakhir ditawarkan kenaikan mencapai 75%. Berdasarkan kondisi tersebut, diperoleh bahwa dari keseluruhan konsumen, 46,67% konsumen bersedia membayar lebih telur ayam kampung itu, tetapi ketika tawaran harga dinaikan sampai 75%, dari harga dasar, maka hanya 8,89% konsumen yang bersedia membayar lebih produk tersebut. Kenyataan ini, sesuai dengan hasil pengujian estimasi model logistik, bahwa semakin naik harga telur ayam kampung tersebut, maka kesediaan konsumen untuk membayar lebih akan semakin menurun.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel ini mempunyai pengaruh yang nyata terhadap kesediaan membayar lebih dengan koefisien regresi negatif sebesar (-2,764). Hal ini menjelaskan bahwa pada setiap kenaikan tawaran harga (*bidding price*) sebesar 1 rupiah, maka kesediaan konsumen untuk membayar lebih akan turun sebanyak 2,764 satuan.

Uji keterandalan (Evaluasi pelaksanaan CVM)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 84,1%. Hal ini menjelaskan bahwa sebesar 84,1 % variabel bebas dalam model dapat menjelaskan variabel terikat dalam hal ini WTP, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam model. Selanjutnya berdasarkan hasil regresi diperoleh juga bahwa ketepatan prediksi dalam model ini adalah sebesar 93,3 %.

4. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa dari total responden sebesar 46,67% bersedia membayar lebih produk telur ayam kampung tersebut, Sedangkan bila harga naik mencapai 75%, maka hanya 8,89% yang bersedia membayar lebih produk tersebut. Dengan kata lain persentase konsumen yang sanggup dan bersedia membayar lebih (premium) lebih rendah dibandingkan dengan yang tidak bersedia membayar.
2. Faktor yang mempengaruhi kesediaan konsumen dalam membayar produk telur ayam kampung dalam model adalah variabel umur, pendidikan, kualitas dan *bidding price* yang berpengaruh nyata terhadap WTP telur ayam kampung. Selain itu atribut harga juga menjadi pertimbangan khusus bagi konsumen untuk membeli telur ayam kampung sebagai isyarat bahwa peningkatan konsumsi telur ayam kampung dapat dipacu dengan penurunan harga jual serta terjaminnya keaslian produk yang sekaligus mencerminkan juga faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap telur ayam kampung tersebut.

5. Daftar Pustaka

- Besanko, D. and Braeutigam Ronald R. 2002. *Microeconomic. An Integrated Approach*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Fauzi, A. 2004. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



- Firdaus, M dan F.M Afendi 2005. Modul Pelatihan Analisis Kauntitatif untuk Bidang Manajemen. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut pertanian Bogor, Bogor
- Govindasamy, R and J. Italia. 1998. A Willingness To Purchase Comparison of Integrated Pest - Management And Conventional produce. J. Agribusiness. 14 (5): 403-414
- Horowitz, J. K., and K. E. McConnell, 2001, "Willingness To Accept, Willingness To Pay and The Income Effect", Department of Agricultural and Resource Economics, University of Maryland, pp. 1-22, <http://papers.ssrn.com/paper/id>
- Krieger, D. J and J.P. Hoehn. 1997. Anglers' Willingness To Pay For Information About Chemical Residue In Sport Fish: Design For A CV Questionnaire. Food Marketing Policy Center, Departement of Agriculture and Resource Economics, University of Connecticut
- Majid RH. 2008. Analisis *Willingness to Pay* Pengunjung Terhadap Upaya Pelestarian Kawasan Situ Babakan, Srengseng Sawah, Jakarta Selatan. Skripsi. Program Studi Ekonomi Pertanian dan Sumberdaya. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Messonier. M.L., J.C. Bergstrom, C. M. Cornwill, R.J. Teasley and H.K. Cordell. 2000. Survey Response Related Biases In Contingent Valuation: Concepts, Remedies, and Empirical Application Valuing Aquatic Plant Management. Amer. J. Agr. Econ. 82: 438-450
- Perloff, J. M., 2004, *Microeconomics*, Third Edition, Pearson Education Inc., Pearson Addison Wesley, New York, USA.
- PSE-KP UGM (Pusat Studi Ekonomi-Kebijakan Publik Universitas Gadjah Mada), 2002, *Analisis Tarif Listrik Regional di Jawa Tengah dan D. I. Yogyakarta (Laporan Akhir)*, Kerjasama PSE-KP UGM & PT. PLN (Persero) Unit Bisnis Distribusi Jawa Tengah dan Yogyakarta.
- Rooseen. J. J. A. Fox, d.A. Hennesy, and A.Schreiber. 1998. Consumers Valuation of Insecticide use Restriction: An Application To Apples. J. Agr. Res. Econ. 23 (2): 367-384
- Simonson, I., and Aimee Drolet, 2003, "Anchoring Effects on Consumers' Willingness To Pay and Willingness To Accept", Research Paper Series No. 1787, Stanford Graduate School of Business, <http://papers.ssrn.com/>, pp.1-38
- Zhao, J., and Catherine L. Kling, 2004, "Willingness To Pay, Compensating Variation, and the Cost of Commitment", *Economic Inquiry*, Vol. 42, No. 3, July 2004, pp. 503-517.