

**KESEDIAAN MEMBAYAR KONSUMEN TERHADAP BERAS ORGANIK:
SEBUAH SURVEI VALUASI KONTINGEN DI KABUPATEN GRESIK**

**CONSUMER'S WILLINGNESS TO PAY FOR ORGANIC RICE: A
CONTINGENT VALUATION SURVEY IN GRESIK**

Nur Azizah Azzahra^{1*)}, Noor Rizkiyah^{1*)}, Nisa Hafi Idhoh Fitriana¹⁾

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya

*Email Korespondensi : noor.rizkiyah.agribis@upnjatim.ac.id

DOI : <https://doi.org/10.36841/agribios.v23i2.6225>

Abstrak

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah berkontribusi pada meningkatnya kesadaran konsumen mengenai pentingnya menerapkan pola hidup sehat. Pola hidup sehat saat ini sedang berkembang di kalangan konsumen, dengan minat yang semakin besar terhadap produk organik seperti beras. Meskipun kesadaran akan pangan sehat meningkat, harga produk organik yang tinggi sering kali menjadi penghalang bagi konsumen dalam mengkonsumsi beras organik. Selain itu, ketersediaan beras organik yang terbatas juga berperan menjadi masalah utama terbatasnya konsumsi beras organik di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengestimasi nilai kesediaan membayar (WTP) konsumen terhadap beras organik. Melalui analisis WTP, penelitian ini berupaya untuk mengukur sejauh mana konsumen bersedia membayar lebih untuk beras organik. Penelitian dilaksanakan di Superindo Kabupaten Gresik dengan menggunakan 51 responden dengan metode pengambilan data secara *accidental sampling*. Data penelitian dianalisis menggunakan CVM. Terdapat tiga jenis beras yang akan dilakukan analisis WTP antara lain: beras organik putih, beras organik coklat, dan beras organik hitam. Nilai WTP (*Willingness to Pay*) untuk beras organik putih, coklat, dan hitam diperoleh berturut-turut sebagai berikut; Rp. 38.315,5/kg, Rp. 42.069/kg, dan Rp.49.463/kg. Perbedaan nilai kesediaan membayar konsumen terhadap beras organik putih, coklat, dan hitam umumnya dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap manfaat kesehatan masing-masing jenis beras.

Kata kunci: beras organik, kesediaan membayar, CVM

Abstract

The advancement of science and technology has contributed to an increased consumer awareness regarding the importance of adopting a healthy lifestyle. Currently, trend towards healthier living is developing among consumers, with a growing interest in organic products, such as rice. Despite the rising awareness of healthy food, the high price of organic products often affect the consumers in consuming organic rice. Furthermore, the limited availability of organic rice also plays a significant role in restricting its consumption. This study was conducted to estimate consumers' WTP for organic rice. Through WTP analysis, this research endeavors to measure the extent to which consumers are willing to pay a premium for organic rice. The research was carried out at Superindo in Gresik, involving 51 respondents. The research data were analyzed using the CVM. Three types of rice were subjected to WTP analysis: white organic rice, brown organic rice, and black organic rice. The WTP values for white, brown, and black organic rice were obtained as follows: Rp. 38,315.5/kg, Rp. 42,069/kg, and Rp. 49,463/kg, respectively. The differences in consumers' WTP for white, brown, and black organic rice are generally influenced by consumers' perceptions of the health benefits associated with each type of rice.

Keywords: organic rice, willingness to pay, CVM

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu komoditas tanaman pangan yang dijadikan bahan makanan utama mayoritas masyarakat Indonesia adalah beras. Beras adalah komoditas tanaman pangan yang berperan strategis untuk menyumbang perekonomian nasional. Data menurut BPS (2022) terkait angka partisipasi konsumsi menunjukkan bahwa komoditas beras menduduki peringkat pertama sebagai bahan makanan pokok yang dikonsumsi oleh 97,66% masyarakat Indonesia. Sejalan atas perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta terdapatnya perubahan gaya hidup, masyarakat mulai merubah pola konsumsinya ke arah yang lebih sehat (Indra Setung dan Yakob Da Rato, 2021). Kekhawatiran masyarakat akan bahan makanan yang konsumsinya, kandungan nutrisi, dan dampak lingkungan yang ditimbulkan akibat produksi pangan konvensional menyebabkan masyarakat mulai mengonsumsi bahan makanan organik salah satunya beras organik.

Beras organik digolongkan sebagai salah satu produk pertanian yang diproduksi dan diolah tanpa menggunakan bahan kimia organik. Beras organik terbukti lebih baik untuk kesehatan dan lebih aman dikonsumsi karena proses produksinya tidak melibatkan bahan kimia yang dapat menghasilkan radikal bebas. Proses produksi beras organik hanya menggunakan proses alamiah mulai dari proses budidaya hingga proses pengolahannya (Sari *et al.*, 2020). Data yang bersumber dari Statistik Pertanian Organik Indonesia (2023) memperlihatkan bahwasanya Jawa Timur merupakan provinsi dengan rata-rata produksi beras organik tertinggi kedua pada tahun 2019-2022 setelah Provinsi Jawa Tengah dengan rata-rata produksi sejumlah 4.909,7 Ton/Tahun. Provinsi Jawa Timur juga termasuk dalam sentra produksi beras organik di Indonesia. Kabupaten Gresik termasuk dalam salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang memiliki rata-rata pengeluaran makanan perkapita yang tergolong tinggi. Berdasarkan data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (2023) menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran makanan perkapita di Kabupaten Gresik pada jenis padi-padian sebesar Rp. 68.596/bulan. Dimana angka tersebut melebihi rata-rata pengeluaran makanan untuk jenis padi-padian di Provinsi Jawa Timur yang hanya berada pada angka Rp. 66.076/bulan. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa tingginya rata-rata pengeluaran untuk jenis makanan padi-padian serta meningkatnya produksi beras organik di Jawa Timur belum berimplikasi secara signifikan pada tingkat konsumsi beras organik.

Perbedaan yang cukup tinggi antara harga beras organik dengan harga beras konvensional serta masalah ketersediaan produk masih menjadi persoalan utama konsumen dalam mendapatkan beras organik. Hingga saat ini, penjualan beras organik masih tergolong terbatas karena produk ini hanya tersedia di pasar modern dan sangat sedikit yang dapat ditemukan di pasar tradisional. Akibatnya, beras organik memiliki segmen pasar yang khusus (Latifah, Tanjung, dan Djazuli, 2023). Perbedaan nilai kesediaan membayar (WTP) di berbagai daerah dapat dipengaruhi oleh faktor perbedaan nilai daya beli, tingkat pendapatan, serta perbedaan perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.

Berdasarkan uraian tersebut, diketahui bahwa pemasaran beras organik masih terkendala karena pada kenyataannya masih banyak konsumen yang memiliki sedikit informasi terkait harga, kualitas dan manfaat serta keterjangkauan beras organik. Distribusi beras organik masih belum merata karena hingga saat ini beras organik belum banyak ditawarkan di pasar-pasar tradisional dan pasar modern, karena masih adanya persepsi mahal terhadap beras organik. Untuk itu, penelitian tentang kesediaan membayar (WTP) penting dilakukan untuk memahami pasar beras organik. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk

menghitung serta mengestimasi nilai kesediaan membayar konsumen dalam membeli beras organik di Superindo Kabupaten Gresik.

Tinjauan Pustaka

Beras organik merupakan salah satu komoditas pertanian yang diproduksi melalui sistem pertanian organik. Secara konseptual, sistem pertanian organik merupakan suatu praktik budidaya pertanian tanpa menggunakan bahan kimia dalam proses produksinya. Fokus utama pertanian organik yaitu memanfaatkan bahan alami seperti pupuk kompos, limbah dapur untuk mempertahankan kesuburan tanah secara berkelanjutan (Akbar *et al.*, 2024). Pada pasar modern beras organik memiliki segmen pasar tersendiri. Hal ini dikarenakan beras organik tak hanya berperan sebagai komoditas pokok tetapi juga berperan sebagai produk premium dengan nilai jual yang tinggi. Untuk saat ini, ketersediaan beras organik sangat terbatas umumnya beras organik hanya tersedia di pasar-pasar modern menekankan bahwa beras organik digolongkan sebagai produk yang diperuntukkan bagi konsumen yang memiliki kesadaran dan kondisi ekonomi tertentu.

Pengambilan keputusan konsumen dalam membeli beras organik secara teori dapat dijelaskan oleh teori perilaku konsumen. Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa dalam memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen akan berusaha untuk mencapai kepuasan dan memenuhi keinginan dalam kegiatan konsumsi (Dewi dan Hayati, 2021). *Willingness to Pay (WTP)* merupakan suatu konsep yang mengintegrasikan teori perilaku konsumen dengan nilai moneter. *Willingness to Pay (WTP)* merupakan jumlah maksimum yang bersedia dibayarkan konsumen untuk menikmati peningkatan kualitas suatu produk. Konsep WTP pada dasarnya adalah menghitung seberapa jauh kemampuan setiap individu atau masyarakat secara agregat untuk membayar atau mengeluarkan uang dalam rangka untuk meningkatkan kualitas atas suatu produk yang dibeli (Suryani, 2022). Metode yang paling umum untuk mengestimasi nilai *Willingness to Pay (WTP)* yaitu metode *Contingent Valuation Method (CVM)*. *Contingent Valuation Method (CVM)* merupakan metode valuasi berdasarkan survey yang digunakan untuk memperkirakan besarnya kesediaan membayar konsumen pada suatu produk. Menurut Purnomo *et al.*, (2022), tujuan utama analisis *Contingent Valuation Method (CVM)* yaitu untuk mengetahui besaran nilai keinginan membayar masyarakat berdasar teori *Willingness To Pay (WTP)* untuk mendapatkan peningkatan kualitas atas harga yang bersedia dibayarkan.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Sari *et al.*, (2020) dengan menganalisis kesediaan membayar beras organik secara umum. Pada penelitian tersebut juga dikombinasikan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras organik berdasarkan kesehatan, keamanan, keterjangkauan produk, serta dampak terhadap lingkungan. Penelitian serupa dilakukan oleh Ulfa *et al.*, (2023) yang meneliti nilai kesediaan membayar terhadap beras organik merah. Pada penelitian ini juga diteliti hambatan konsumsi beras organik merah meliputi harga, kualitas, keterjangkauan produk serta urgensi.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di pasar modern Kabupaten Gresik. Pasar modern yang dijadikan lokasi penelitian yaitu Superindo. Metode penentuan lokasi penelitian dijalankan secara *purposive* atau sengaja. Penelitian dilakukan pada bulan April – Juni 2023.

Pengambilan Sampel

Metode penentuan sampel yang dipilih yaitu metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*, yaitu peneliti melakukan pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang memenuhi kriteria penelitian akan digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2019). Sampel pada penelitian ini yaitu konsumen beras organik yang setidaknya telah

membeli beras organik sebanyak 2 (dua) kali dan merupakan konsumen akhir beras organik. Jumlah sampel yang dipergunakan pada penelitian ini yakni sejumlah 51 sampel.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

CVM

Estimasi nilai kesediaan membayar (WTP) konsumen terhadap beras organik dihitung menggunakan analisis *contingent valuation method* (CVM). Menurut Fauzi (2004), terdapat beberapa tahap yang dilakukan untuk mengestimasi nilai kesediaan membayar (WTP), sebagai berikut:

a. Membangun pasar hipotesis

Pasar hipotesis merupakan uraian yang berisi seluruh informasi terkait suatu produk. Pasar hipotesis dirancang supaya responden memiliki gambaran umum terkait suatu produk sehingga dapat menjadi pertimbangan untuk memutuskan berapa nilai yang bersedia dibayar oleh responden.

b. Menentukan nilai lelang WTP

Tahap ini dijalankan melalui observasi langsung dengan penggunaan kuesioner guna mengetahui nilai maksimum kesediaan membayar konsumen. Pada penelitian ini, metode yang dipergunakan untuk penentuan nilai lelang yaitu *bidding game* dimana responden akan diberikan nilai tawaran terkecil hingga mencapai nilai maksimum yang dikehendaki responden. Alasan peneliti menggunakan metode *bidding game* karena, jika dibandingkan dengan metode lain, metode *bidding game* dapat mengurangi bias karena responden memiliki kesempatan untuk menyesuaikan tawaran mereka secara bertahap. Hal ini dikarenakan metode penilaian kontingen lain hanya memberikan satu nilai tawaran,

c. Menduga nilai rata-rata WTP

Nilai rata-rata WTP dihitung sesuai dengan nilai yang didapatkan pada tahap observasi yang telah dilakukan sebelumnya. Estimasi nilai rata-rata WTP dihitung menggunakan rumus:

$EWTP$ = Perkiraan rata-rata kesediaan membayar konsumen (Rp)

W_i = Nilai kesediaan membayar (Rp)

n = Jumlah kelas WTP

Pf_i = Frekuensi relatif ke- i

i = Responden- i ($i = 1, 2, \dots, n$)

$$EWTP = \sum_{i=1}^n W_i \cdot Pf_i$$

d. Agregasi data

Pada tahap ini, nilai rata-rata WTP yang didapatkan dari tahap sebelumnya akan dikonversi dari nilai rata-rata sampel menjadi nilai populasi secara keseluruhan. Total WTP dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$TWTP = EWTP \cdot P$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Willingness to pay (WTP) atau yang dikenal sebagai kesediaan membayar adalah harga maksimum yang mampu dibayar oleh konsumen atas suatu produk dan ketika harga produk tersebut meningkat konsumen tidak lagi membeli produk tersebut (Hauser dan Urban, 1986). Analisis WTP dalam penelitian ini digunakan metode *contingent valuation*

method (CVM). Estimasi nilai WTP dibagi menjadi tiga kategori sesuai dengan jenis beras yang diteliti yaitu beras organik putih, beras organik coklat, dan beras organik hitam.

Tabel 1. Analisis nilai WTP Beras Organik Putih 2024

No.	Beras Organik Putih				Total WTP (Rp)
	Nilai WTP (Rp/Kg)	Jumlah Responden (orang)	Frekuensi Relatif (Pfi)	Mean WTP (Rp/ orang)	
1.	36.000	6	0.146	5256	216000
2.	36.500	1	0.024	876	36500
3.	37.000	8	0.195	7215	296000
4.	38.000	2	0.048	1800	75000
5.	39.000	3	0.073	2774	114000
6.	40.000	7	0.17	6630	273000
7.	41.000	4	0.097	3831.5	158000
8.	41.500	4	0.097	3880	160000
9.	42.000	3	0.073	2993	123000
10.	42.500	1	0.024	996	41500
11.	43.000	1	0.024	1008	42000
12.	44.000	1	0.024	1056	44000
Total		41	1	38.315,5	1.579.000

Sumber: Data primer (diolah), 2024.

Hasil penelitian pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai kesediaan membayar pada beras organik putih menunjukkan bahwa nilai rata-rata WTP yang diperoleh dalam penelitian ini adalah Rp. 38.315,5 per kilogram. Hasil ini menunjukkan bahwa responden secara rata-rata bersedia membayar sebesar Rp. 38.315 untuk beras organik. Nilai rata-rata WTP beras organik putih pada penelitian ini lebih tinggi dibanding penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arimurti *et al.*, (2021) di Kabupaten Banyumas dimana nilai rata-rata WTP yang didapat pada penelitian tersebut hanya sebesar Rp. 18.346. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa masyarakat Gresik memiliki daya beli yang lebih tinggi, tercermin dari UMR yang lebih besar. Hal ini menunjukkan potensi pasar beras organik putih yang signifikan di Kabupaten Gresik. Agregasi WTP untuk beras organik putih didapatkan dengan mengalikan nilai rata-rata WTP beras organik putih dengan jumlah responden. Agregasi WTP untuk beras organik putih yaitu sebesar Rp. 1.579.000. Banyaknya responden yang bersedia membayar beras organik putih menunjukkan adanya potensi pasar yang cukup besar yang menunjukkan adanya permintaan yang signifikan pada beras organik putih di Kabupaten Gresik.

Tabel 2. Analisis nilai WTP Beras Organik Coklat 2024

No.	Beras Organik Coklat				Total WTP (Rp)
	Nilai WTP (Rp/Kg)	Jumlah Responden (orang)	Frekuensi Relatif (Pfi)	Mean WTP (Rp/ orang)	
1.	37.000	1	0,066	2.442	37.000
2.	39.000	1	0,066	2.574	39.000
3.	40.000	2	0,133	5.320	80.000
4.	41.000	1	0,066	2.706	41.000
5.	41.500	1	0,066	2.739	41.500
6.	42.000	1	0,066	2.772	42.000
7.	43.000	4	0,266	11.438	172.000
8.	44.000	1	0,066	2.904	44.000
9.	45.000	1	0,066	2.970	45.000
10.	46.000	1	0,066	3.036	46.000

No.	Beras Organik Coklat					Total WTP (Rp)
	Nilai WTP (Rp/Kg)	Jumlah Responden (orang)	Frekuensi Relatif (Pfi)	Mean (Rp/ orang)	WTP	
11.	48.000	1	0,066	3.168		48.000
	Total	15	1	42.069		635.500

Sumber: Data primer (diolah), 2024.

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai rata-rata kesediaan membayar konsumen untuk beras organik coklat pada penelitian ini yaitu sebesar Rp. 42.069 per kilogramnya. Hasil ini menunjukkan bahwa responden secara rata-rata bersedia membayar sebesar Rp. 42.069 untuk beras organik coklat. Agregasi WTP untuk beras organik coklat didapatkan dengan mengalikan nilai rata-rata WTP beras organik coklat dengan jumlah responden. Agregasi WTP untuk beras organik coklat yaitu sebesar Rp. 635.000. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa potensi pasar beras organik coklat masih terbatas dibandingkan beras organik putih. Hal ini disebabkan oleh faktor preferensi konsumen yang lebih kuat terhadap beras putih. Selain itu, preferensi lebih kuat terhadap beras organik putih juga disebabkan oleh kebiasaan konsumsi masyarakat yang lebih sering mengonsumsi beras putih dibanding beras coklat (Suharyanto dan Purwanto, 2016).

Tabel 3. Analisis Nilai WTP Beras Organik Hitam 2024

No.	Beras Organik Hitam					Total WTP (Rp)
	Nilai WTP (Rp)	Jumlah Responden (orang)	Frekuensi Relatif (Pfi)	Mean (Rp/ orang)	WTP	
1.	41.000	1	0,142	5.822		41.000
2.	42.000	1	0,142	5.964		42.000
3.	47.000	2	0,285	13.395		94.000
4.	53.000	1	0,142	7.526		53.000
5.	55.000	1	0,142	7.810		55.000
6.	63.000	1	0,142	8.946		63.000
	Total	7	1	49.463		348.000

Sumber: Data primer (diolah), 2024

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden secara rata-rata bersedia membayar sebesar Rp. 49.463 untuk beras organik hitam. Agregasi WTP untuk beras organik hitam didapatkan dengan mengalikan nilai rata-rata WTP beras organik hitam dengan jumlah responden. Agregasi WTP untuk beras organik hitam yaitu sebesar Rp. 348.000. Namun, agregasi WTP beras organik hitam jauh lebih rendah dibandingkan jenis beras organik lain. Hal ini mengindikasikan potensi pasar yang terbatas, yang dipengaruhi oleh ketersediaan yang rendah, kurangnya informasi, dan harga yang lebih tinggi. Harga beras organik hitam yang tinggi disebabkan oleh perbedaan kandungan nutrisi pada beras hitam. Temuan ini konsisten dengan penelitian Hernawan dan Meylani, (2016) yang menunjukkan kandungan nutrisi yang lebih tinggi pada beras hitam. Namun, faktor ketersediaan produk di pasar, harga, dan informasi lebih dominan dalam mempengaruhi pilihan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan analisis kesediaan membayar beras organik di pasar modern Kabupaten Gresik dapat disimpulkan. Nilai rata-rata maksimum WTP tiap jenis beras organik berbeda-beda. Nilai rata-rata WTP untuk beras organik putih dalam penelitian ini adalah Rp. 38.315,5 per kilogram. Nilai rata-rata kesediaan membayar konsumen untuk beras organik coklat pada penelitian ini yaitu sebesar Rp. 42.069 per kilogramnya. Nilai rata-rata kesediaan membayar konsumen untuk beras organik hitam yaitu sebesar Rp. 49.463 per kilogram nya. Adanya perbedaan nilai rata-rata kesediaan

membayar konsumen pada tiap jenis beras secara garis besar disebabkan oleh preferensi konsumen. Potensi pasar untuk beras organik putih lebih tinggi dibandingkan dua jenis beras organik lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, hal tersebut disebabkan karena beras putih sudah banyak dikenal dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia sehingga pangsa pasar beras organik putih lebih luas. Sementara itu, potensi pasar untuk beras organik coklat dan hitam lebih rendah yang disebabkan oleh kebiasaan konsumsi masyarakat, ketersediaan yang rendah, kurangnya informasi, dan harga beras yang lebih tinggi.

REFERENSI

- Akbar, T., Alfikri, & Silfia. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Beras Organik pada Kelompok Tani Sawah Bangsa Menggunakan Matrik Space. *Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(Ii), 264–277.
- Aliansi Organik Indonesia. (2023). *Statistik Pertanian Organik Indonesia* (Vol. 53, Issue 9).
- Arimurti, N. H., Edy Sularso, K., & Hartati, A. (2021). Kesiapan Membayar (Willingness To Pay) Beras Organik di Kabupaten Banyumas dan Faktor Yang Mempengaruhinya. *Forum Agribisnis*, 11(1), 75–89. <https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.75-89>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Kabupaten Gresik Dalam Angka 2023*.
- BPS. (2022). *Produksi Padi Di Indonesia 2022*. 5–8. <https://www.bps.go.id/publication/2023/08/03/a78164ccd3ad09bdc88e70a2/luas-panen-dan-produksi-padi-di-indonesia-2022.html>
- Dewi, R. C., & Hayati, M. (2021). Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Beras Merah Organik. *Agriscience*, 2(2), 295–313. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v2i2.11412>
- Fauzi, A. (2004). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Teori dan Aplikasi*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hauser, J., & Urban, G. (1986). *The Value Priority Hypotheses for Consumer Budget Plans* (Vol. 12, Issue 4). <https://doi.org/10.1086/208529>
- Hernawan, E., & Meylani, V. (2016). Analisis Karakteristik Fisikokimia Beras Putih, Beras Merah, Dan Beras Hitam (*Oryza sativa L.*, *Oryza nivara* dan *Oryza sativa L. indica*). *Jurnal Kesehatan Bakti Tunas Husada: Jurnal Ilmu-Ilmu Keperawatan, Analisis Kesehatan Dan Farmasi*, 15(1), 79. <https://doi.org/10.36465/jkbth.v15i1.154>
- Indra Setung, L., & Yakob Da Rato, Y. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Willingness To Pay (Wtp) Semangka Organik. *Jurnal Agribisnis*, 10(1), 33–40. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v10i1.1527>
- Latifah, A., Tanjung, G., & Djazuli, A. (2023). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik Di Pasar Modern Kabupaten Gresik. *Jurnal Agribisnis Unisi*, 12(2), 141–149. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v12i2.2860>
- Purnomo, D., Noor, T., Wulandari, E., & Trimono, L. (2022). Analisis Kesiapan Membayar (Willingness to Pay) Buah-Buahan Pada Rumah Tangga di Kelurahan Cimuning, Kecamatan Analisis of Willingness to Pay for Fruits in Households in Cimuning Village, Mustika Jawa District, Bekasi City During The Covid-19 Pandem. 8(1), 59–74.
- Sari, Y., Rasmikayati, E., Saefudin, B., Karyani, T., & Dewi, S. (2020). Willingness To Pay Konsumen Beras Organik Dan Faktor-Faktor Yang Berkaitan Dengan Kesiapan Konsumen Untuk Membayar Lebih. *Forum Agribisnis*, 10(1), 46–57. <https://doi.org/10.29244/fagb.10.1.46-57>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian & Pengembangan*.
- Suharyanto, W. D., & Purwanto. (2016). *Pengertian, Unsur, dan Tahapan Penyusunan Program Penyuluhan Pertanian*. 1–22.
- Suryani, A. S. (2022). Estimasi Willingness To Pay Masyarakat Dalam Peningkatan Community Willingness To Pay Estimation in Improving Waste. *Kajian*, 27(1), 89–103.

<https://jurnal.dpr.go.id/index.php/kajian/article/view/3591>
Ulfa, H., Antriandarti, E., & Agustono, A. (2023). Analisis Kesediaan Membayar
(Willingness to Pay) Beras Merah Organik oleh Konsumen di Kota Surakarta.
Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian, 11(2), 381.
<https://doi.org/10.35138/paspalum.v11i2.635>