

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
WILLINGNESS TO PAY KONSUMEN PADA PEMBELIAN
BAHAN PANGAN HEWANI SEBELUM DAN SELAMA
PANDEMI DI KOTA PALEMBANG**

***FACTORS ANALYSIS AFFECTING CONSUMER
WILLINGNESS TO PAY ON THE PURCHASE OF ANIMAL
FOOD MATERIALS BEFORE AND DURING THE PANDEMIC
IN PALEMBANG CITY***



**Tasya Kamila Andy
05011281823055**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

SUMMARY

TASYA KAMILA ANDY. Factors Analysis Affecting Consumer Willingness to Pay on the Purchase of Animal Food Materials Before and During the Pandemic in Palembang City (Supervised by **YUNITA**).

The objectives of this study are (1) Describe the characteristics of consumers of animal food materials in modern markets and traditional markets in Palembang City. (2) Calculating the willingness to pay value of consumers for animal food materials before and during the pandemic in Palembang City through Willingness to Pay (WTP) analysis. (3) Analyzing the factors that affected the willingness to pay of consumers of animal foods materials before and during the pandemic in Palembang City. This research was conducted at the modern market and traditional market in Palembang City in January 2022. The research method used was survey method and data collection method using interview method with questionnaire. The data processing method used descriptive analysis method, Contingent Valuation Method (CVM), Paired Sample T-test, and Multiple Linear Regression analysis used SPSS application. The characteristics of animal food consumers in modern markets and traditional markets are dominated by female consumers with an age range of 40-59 years. Modern market consumers tend to have education at the end of S1 and work as private employees and the amount of income from before to during the pandemic did not increase or remain. Consumers in traditional markets tend to have a high school education and work as housewives and the amount of income from before the pandemic to the period during the pandemic has decreased. The consumers WTP value of animal food materials (red meat, white meat, fish, egg, and milk) are willing to pay based on the average WTP value in modern markets and traditional markets as a whole has increased during the pandemic. The factors that partially affect the willingness to pay for animal food materials in Palembang City before the covid-19 pandemic are education and income. Meanwhile, product price, gender, and product quality have no significant effect partially. During the pandemic, the factors that partially had a significant effect were income, product prices, and product quality. Meanwhile, the factors that have no significant effect partially are education and gender.

Keywords: animal food materials, willingness to pay, pandemic

RINGKASAN

TASYA KAMILA ANDY. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Konsumen pada Pembelian Bahan Pangan Hewani Sebelum dan Selama Pandemi di Kota Palembang (Dibimbing oleh **YUNITA**).

Penelitian ini bertujuan (1) Mendeskripsikan karakteristik konsumen bahan pangan hewani di pasar modern dan pasar tradisional di Kota Palembang. (2) Menghitung nilai kesediaan konsumen untuk membayar bahan pangan hewani sebelum dan selama pandemi di Kota Palembang melalui analisa *Willingnes to Pay* (WTP). (3) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* konsumen bahan pangan hewani sebelum dan selama masa pandemi di Kota Palembang. Penelitian ini dilaksanakan di pasar modern dan pasar tradisional di Kota Palembang pada bulan Januari 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dan metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara dengan bantuan kuesioner. Metode pengolahan data menggunakan metode analisis deskriptif, *Contingent Valuation Method* (CVM) dan Paired Sample T-test, serta analisis Regresi Linier Berganda menggunakan aplikasi SPSS. Karakteristik konsumen bahan pangan hewani di pasar modern dan pasar tradisional didominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia antara 40-59 tahun. Konsumen pasar modern cenderung mempunyai pendidikan akhir S1 dan bekerja sebagai pegawai swasta serta jumlah pendapatan dari sebelum ke selama pandemi tidak mengalami kenaikan atau tetap. Konsumen di pasar tradisional cenderung mempunyai pendidikan akhir SMA dan bekerja sebagai ibu rumah tangga serta jumlah pendapatan dari sebelum pandemi ke masa selama pandemi mengalami penurunan. Nilai *willingness to pay* yang bersedia dibayarkan oleh konsumen bahan pangan hewani (daging merah, daging putih, ikan, telur, dan susu) berdasarkan rata-rata nilai WTP di pasar modern dan pasar tradisional secara keseluruhan mengalami peningkatan selama masa pandemi. Faktor-faktor yang mempengaruhi *wilinggnes to pay* bahan pangan hewani di Kota Palembang sebelum pandemi covid-19 secara parsial adalah pendidikan dan pendapatan. Sedangkan harga produk, jenis kelamin, dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Selama pandemi, faktor-faktor yang berpengaruh signifikan secara parsial yaitu pendapatan, harga produk, dan kualitas produk. Sedangkan, faktor-faktor yang tidak berpengaruh signifikan secara parsial adalah pendidikan dan jenis kelamin.

Kata kunci: bahan pangan hewani, *willingness to pay*, pandemi

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
WILLINGNESS TO PAY KONSUMEN PADA PEMBELIAN
BAHAN PANGAN HEWANI SEBELUM DAN SELAMA
PANDEMI DI KOTA PALEMBANG**

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian Pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya



Tasya Kamila Andy
05011281823055

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WILLINGNESS TO PAY KONSUMEN PADA PEMBELIAN BAHAN PANGAN HEWANI SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI DI KOTA PALEMBANG

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian pada
Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

Tasya Kamila Andy
05011281823055

Indralaya, Juni 2022
Dosen Pembimbing,



Dr. Yunita, S.P., M.Si.
NIP.197106242000032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya



Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.
NIP. 196412291990011001


Skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Konsumen pada Pembelian Bahan Pangan Hewani Sebelum dan Selama Pandemi di Kota Palembang” oleh Tasya Kamila Andy telah dipertahankan dihadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada 20 Mei 2022 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan dari tim penguji.

Komisi Penguji

- | | | |
|--|------------|---|
| 1. Dr. Yunita, S.P., M.Si.
NIP.197106242000032001 | Ketua | 
(.....) |
| 2. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si.
NIP. 197802102008122001 | Sekretaris | 
(.....) |
| 3. Dr. Riswani, S.P., M.Si.
NIP. 197006171995122001 | Anggota | 
(.....) |

Indralaya, Juni 2022

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian


Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.

NIP. 197412262001122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tasya Kamila Andy

Nim : 05011281823055

Judul : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Konsumen pada Pembelian Bahan Pangan Hewani Sebelum dan Selama Pandemi di Kota Palembang

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam Skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri dibawah bimbingan pembimbing akademik, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Juni 2022



Tasya
Tasya Kamila Andy

RIWAYAT HIDUP

Penulis memiliki nama lengkap Tasya Kamila Andy, lahir pada tanggal 4 Januari 2000 di Jambi. Penulis merupakan anak bungsu dari pasangan Bapak Andy Zulkarnaen dan Ibu Nasiba, serta memiliki satu saudara perempuan bernama Nadylla Andy.

Penulis menyelesaikan pendidikan taman kanak-kanak pada tahun 2006 di TK Amanah, Jakarta Barat. Kemudian melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SDN Meruya Selatan 01 Pagi dan pada saat naik kelas 3 SD penulis memutuskan pindah sekolah ke Bogor yaitu ke SDN 1 Babakan Madang dan lulus pada tahun 2012. Ketika duduk di bangku sekolah dasar, penulis aktif mengikuti sanggar tari kreasi daerah. Setelah lulus SD, penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 1 Babakan Madang dan lulus pada tahun 2015. Setelah menyelesaikan pendidikan di bangku SMP, penulis melanjutkan pendidikan ke SMAN 1 Babakan Madang dan lulus pada tahun 2018.

Pada tahun 2018 penulis terdaftar sebagai mahasiswi di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya melalui jalur masuk Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Selama masa studi kuliah di Universitas Sriwijaya, penulis juga ikut tergabung dalam organisasi kemahasiswaan di jurusan yaitu Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) sebagai anggota Biro Kestari pada tahun 2018. Saat ini penulis masih aktif menyelesaikan masa pendidikan di Universitas Sriwijaya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat, karunia serta taufik dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Konsumen pada Pembelian Bahan Pangan Hewani Sebelum dan Selama Pandemi Di Kota Palembang”. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, keselamatan, kelancaran, serta kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan berupa motivasi, doa, dan materi selama proses perkuliahan dan pada tahap menyelesaikan tugas akhir perkuliahan.
3. Saudara kandung penulis yang selalu memberikan dukungan agar penulis tidak menyerah dalam menyelesaikan tugas akhir.
4. Keluarga besar penulis yang selalu mendoakan agar penulis diberi kelancaran dalam mengerjakan skripsi.
5. Ibu Dr. Yunita S. P., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan, motivasi, dan meluangkan waktunya serta selalu sabar kepada penulis agar semangat dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh Dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Seluruh jajaran staf akademik di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya baik di Indralaya maupun Palembang yang telah bersedia membantu penulis untuk mengurus berkas selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
8. Para sahabat penulis yang banyak membantu semasa perkuliahan dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. Teman-teman kelas yang menjadi penyemangat bagi penulis agar penulis dapat lulus sehingga menjadi sarjana.
10. Kepada seluruh pihak Pasar Modern dan Pasar Tradisional yang mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di tempat.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak dalam rangka penyempurnaan tulisan ini dimasa yang akan

datang. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Indralaya, Juni 2022

Tasya Kamila Andy

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan	6
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.1.1. Konsepsi Pangan Hewani.....	7
2.1.2. Pasar Modern dan Pasar Tradisional.....	8
2.1.3. Konsepsi Karakteristik Konsumen.....	9
2.1.4. Konsepsi Pandemi Covid-19.....	10
2.1.5. Konsepsi <i>Willingness to Pay</i>	11
2.1.5.1. Konsepsi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness to Pay</i>	12
2.1.6. Konsepsi <i>Contingent Valuation Method (CVM)</i>	14
2.2. Penelitian Terdahulu	15
2.3. Model Pendekatan.....	18
2.4. Hipotesis.....	19
2.5. Batasan Operasional.....	19
BAB 3. PELAKSANAAN KEGIATAN	22
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	22
3.2. Metode Penelitian.....	22
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	22
3.4. Metode Pengumpulan Data	23
3.5. Metode Pengolahan Data	23
BAB 4. PEMBAHASAN	29
4.1. Keadaan Umum Wilayah	29
4.1.1. Letak dan Batas Administrasi	29

	Halaman
4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi.....	30
4.1.3. Demografi Kota Palembang.....	30
4.1.4. Keadaan Umum Pasar Modern.....	32
4.1.5. Keadaan Umum Pasar Tradisional.....	32
4.2. Karakteristik Konsumen.....	33
4.2.1. Usia Konsumen.....	34
4.2.2. Jenis Kelamin Konsumen.....	35
4.2.3. Pendidikan Konsumen.....	36
4.2.4. Pekerjaan Konsumen.....	38
4.2.5. Pendapatan Konsumen.....	39
4.2.6. Komparasi Karakteristik Konsumen Bahan Pangan Hewani.....	42
4.3. <i>Willingness to Pay</i> Konsumen Bahan Pangan Hewani.....	43
4.3.1. Membangun Hipotesis Pasar.....	44
4.3.2. Nilai Lelang <i>Willingness to Pay</i>	45
4.3.2.1. Nilai Lelang <i>Willingness to Pay</i> Pasar Modern.....	45
4.3.2.2. Nilai Lelang <i>Willingness to Pay</i> di Pasar Tradisional.....	50
4.3.3. Menghitung Nilai Rataan <i>Willingness to Pay</i>	55
4.3.3.1. Penyebab Kenaikan <i>Willingness to Pay</i> Tidak Diiringi dengan Naiknya Pendapatan.....	56
4.3.4. Kurva <i>Willingness to Pay</i>	57
4.3.5. Menghitung Total <i>Willingness to Pay</i>	66
4.4. Uji beda <i>Paired Sample T-test</i> WTP Sebelum dan Selama Pandemi ..	67
4.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness to Pay</i> Konsumen....	69
4.5.1. Uji Asumsi Klasik.....	69
4.5.1.1. Uji Normalitas.....	69
4.5.1.2. Uji Multikolinearitas.....	71
4.5.1.3. Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
4.5.2.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
4.5.2.2. Uji F (Simultan).....	74
4.5.2.3. Uji t- (Parsial).....	75

	Halaman
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan menurut Kelompok Komoditas dan Kuintil Pengeluaran (Rupiah) Tahun 2019 dan 2020	3
Tabel 3.1. Variabel dari Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai <i>Willingness to Pay</i>	27
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Jenis Kelamin, 2020	31
Tabel 4.2. Tingkat Usia Konsumen di Pasar Modern	34
Tabel 4.3. Tingkat Usia Konsumen di Pasar Tradisional.....	35
Tabel 4.4. Jenis Kelamin Pasar di Modern	36
Tabel 4.5. Jenis Kelamin Pasar di Tradisional.....	36
Tabel 4.6. Pendidikan Konsumen di Pasar Modern.....	37
Tabel 4.7. Pendidikan Konsumen di Pasar Tradisional	38
Tabel 4.8. Pekerjaan Konsumen Pasar Modern	38
Tabel 4.9. Pekerjaan Konsumen Pasar Tradisional.....	39
Tabel 4.10. Tingkat Pendapatan Konsumen Pasar Modern Sebelum Pandemi.....	40
Tabel 4.11. Tingkat Pendapatan Konsumen Pasar Modern Selama Pandemi.....	40
Tabel 4.12. Tingkat Pendapatan Konsumen Pasar Tradisional Sebelum Pandemi.....	41
Tabel 4.13. Tingkat Pendapatan Konsumen Pasar Tradisional Selama Pandemi.....	41
Tabel 4.14. Komparasi Karakteristik Konsumen Bahan Pangan Hewani ..	42
Tabel 4.15. Komparasi Pendapatan Konsumen Sebelum dan Selama Pandemi	43
Tabel 4.16. Nilai Lelang WTP Sebelum Pandemi di Pasar Modern.....	46
Tabel 4.17. Nilai Lelang WTP Selama Pandemi di Pasar Modern	48
Tabel 4.18. Nilai Lelang WTP Sebelum Pandemi di Pasar Tradisional	51
Tabel 4.19. Nilai Lelang WTP Selama Pandemi di Pasar Tradisional	53

	Halaman
Tabel 4.20. Nilai Rataan <i>Willingness to Pay</i> Pasar Modern dan Pasar Tradisional.....	56
Tabel 4.21. Total Nilai <i>Willingness to Pay</i> Pasar Modern	66
Tabel 4.22. Total Nilai <i>Willingness To Pay</i> Pasar Tradisional	67
Tabel 4.23. Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	68
Tabel 4.24. Uji Multikolinearitas Data Sebelum Pandemi	71
Tabel 4.25. Uji Multikolinearitas Data Selama Pandemi.....	72
Tabel 4.26. Hasil Uji t-(Parsial) Faktor-faktor WTP Sebelum Pandemi	75
Tabel 4.27. Hasil Uji t-(Parsial) Faktor-faktor WTP Selama Pandemi	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1. Keadaan Pasar Modern Transmart	32
Gambar 4.2. Keadaan Pasar Tradisional KM 5.....	33
Gambar 4.3. Kurva WTP Daging Merah di Pasar Modern Sebelum Pandemi	58
Gambar 4.4. Kurva WTP Daging Putih di Pasar Modern Sebelum Pandemi	58
Gambar 4.5. Kurva WTP Ikan di Pasar Modern Sebelum Pandemi.....	58
Gambar 4.6. Kurva WTP Telur di Pasar Modern Sebelum Pandemi	59
Gambar 4.7. Kurva WTP Susu di Pasar Modern Sebelum Pandemi	59
Gambar 4.8. Kurva WTP Daging Merah di Pasar Modern Selama Pandemi	60
Gambar 4.9. Kurva WTP Daging Putih di Pasar Modern Selama Pandemi	60
Gambar 4.10. Kurva WTP Ikan di Pasar Modern Selama Pandemi	60
Gambar 4.11. Kurva WTP Telur di Pasar Modern Selama Pandemi.....	61
Gambar 4.12. Kurva WTP Susu di Pasar Modern Selama Pandemi	61
Gambar 4.13. Kurva WTP Daging Merah di Pasar Tradisional Sebelum Pandemi	62
Gambar 4.14. Kurva WTP Daging Putih di Pasar Tradisional Sebelum Pandemi	62
Gambar 4.15. Kurva WTP Ikan di Pasar Tradisional Sebelum Pandemi ...	63
Gambar 4.16. Kurva WTP Telur di Pasar Tradisional Sebelum Pandemi..	63
Gambar 4.17. Kurva WTP Susu di Pasar Tradisional Sebelum Pandemi...	63
Gambar 4.18. Kurva WTP Daging Merah di Pasar Tradisional Selama Pandemi	64
Gambar 4.19. Kurva WTP Daging Putih di Pasar Tradisional Selama Pandemi	64
Gambar 4.20. Kurva WTP Ikan di Pasar Tradisional Selama Pandemi	65
Gambar 4.21. Kurva WTP Telur di Pasar Tradisional Selama Pandemi....	65
Gambar 4.22. Kurva WTP Susu di Pasar Tradisional Selama Pandemi.....	65

	Halaman
Gambar 4.23. Uji Normalitas Data Sebelum Pandemi	70
Gambar 4.24. Uji Normalitas Data Selama Pandemi.....	71
Gambar 4.25. Uji Heteroskedastisitas Data Sebelum Pandemi	73
Gambar 4.26. Uji Heteroskedastisitas Data Selama Pandemi.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Wilayah Kota Palembang	89
Lampiran 2. Karakteristik Konsumen Pasar Modern	90
Lampiran 3. Karakteristik Konsumen Pasar Tradisional	91
Lampiran 4. Nilai Willingness to Pay Pasar Modern Sebelum Pandemi....	92
Lampiran 5. Nilai Willingness to Pay Pasar Modern Selama Pandemi	92
Lampiran 6. Nilai Willingness to Pay Pasar Tradisional Sebelum Pandemi	93
Lampiran 7. Nilai Willingness to Pay Pasar Tradisional Selama Pandemi	93
Lampiran 8. Faktor-faktor Willingness to Pay Konsumen Sebelum Pandemi	94
Lampiran 9. Faktor-faktor Willingness to Pay Konsumen Selama Pandemi	96
Lampiran 10. Hasil Analisis Uji Beda Paired T-test Willingness to Pay....	98
Lampiran 11. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda WTP Sebelum Pandemi	99
Lampiran 12. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda WTP Selama Pandemi	101

BIODATA

Nama/NIM : Tasya Kamila Andy/05011281823055
Tempat/tanggal lahir : Jambi/04 Januari 2000
Tanggal Lulus : 02 Juni 2022
Fakultas : Pertanian
Judul : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Konsumen pada Pembelian Bahan Pangan Hewani Sebelum dan Selama Pandemi di Kota Palembang
Dosen Pembimbing Skripsi : Dr. Yunita, S.P., M.Si.
Pembimbing Akademik : Dr. Yunita, S.P., M.Si.

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Konsumen pada Pembelian Bahan Pangan Hewani Sebelum dan Selama Pandemi di Kota Palembang

Factor Analysis Affecting Consumer Willingness to Pay on The Purchase of Animal Food Materials Before and During The Pandemic in Palembang City

Tasya Kamila Andy¹, Yunita²

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas
Sriwijaya Jalan Palembang-Prabumulih Km.32 Indralaya
Ogan Ilir 30662

Abstract

The objectives of this study were (1) Describe the characteristics of consumers of animal food materials in modern markets and traditional markets in Palembang City. (2) Calculating the willingness to pay value of consumers for animal food materials before and during the pandemic in Palembang City through Willingness to Pay (WTP) analysis. (3) Analyzing the factors that affected the willingness to pay of consumers of animal foods materials before and during the pandemic in Palembang City. This research was conducted at the modern market and traditional market in Palembang City in January 2022. The research method used was survey method and data collection method using interview method with questionnaire. The data processing method used descriptive analysis method, Contingent Valuation Method (CVM), Paired Sample T-test, and Multiple Linear Regression analysis used SPSS application. The results of the research on consumer characteristics of animal food materials indicated that consumers in modern and traditional markets are dominated by women. The WTP value of animal food materials from modern market consumers have increased based on the WTP average value in all commodities during the pandemic. The value of WTP average in traditional markets has increased during the pandemic is red meat, white meat, fish and milk commodities. The WTP average value of eggs in traditional markets has decreased because the frequency of willingness to pay for egg consumer auctions during the pandemic is lower than before the pandemic. The factors that partially affect the willingness to pay for animal food materials

¹ Mahasiswa

² Dosen Pembimbing

in Palembang City before the covid-19 pandemic are education and income. Meanwhile, product price, gender, and product quality have no significant effect partially. During the pandemic, the factors that partially had a significant effect were income, product prices, and product quality. Meanwhile, the factors that have no significant effect partially are education and gender.

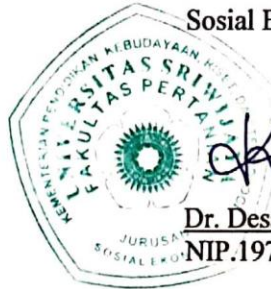
Keywords: animal food materials, willingness to pay, pandemic covid-19

Indralaya, Juni 2022
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian

Pembimbing,



Dr. Yunita, S.P., M.Si.
NIP.197106242000032001



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP.197412262001122001

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bahan pangan hewani merupakan produk yang mengandung protein dan berasal dari hewan serta dapat dikonsumsi oleh manusia. Bahan pangan hewani berperan dalam mendukung kecukupan gizi masyarakat di Indonesia. Kemajuan sebuah negara salah satunya tergantung pada kesehatan masyarakatnya agar dapat menghasilkan sumber daya manusia yang unggul, sehat, dan sejahtera. Menurut Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN/Bappenas), seluruh isu kesehatan dalam Pembangunan Berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDGs) diintegrasikan dalam satu tujuan yakni tujuan nomor 3 yaitu menjamin kehidupan yang sehat dan mendorong kesejahteraan bagi semua orang di segala usia. Fokus dari seluruh target tersebut antara lain adalah gizi masyarakat.

Pangan hewani adalah sumber protein yang berasal dari produk hewani digunakan sebagai lauk pauk yang meliputi daging ruminansia (daging sapi, daging kambing, daging rusa dll), daging unggas (daging ayam, daging bebek dan lain-lain), ikan termasuk seafood, telur dan susu serta hasil olahannya (Menteri Kesehatan RI, 2014). Menurut Akaichi dan Revorido-Giha (2014), pangan hewani merupakan sumber protein yang harus dikonsumsi oleh rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan gizi keluarga. Pengeluaran rumah tangga diasumsikan pertama kali dialokasikan untuk 5 kategori makanan yaitu makanan pokok, kacang-kacangan, produk hewani, sayuran dan buah-buahan, dan pelengkap makanan. Pengeluaran untuk produk pangan hewani dialokasikan ke 5 kategori makanan hewani yaitu telur, ikan, produk susu, daging merah dan daging putih (misalnya: daging ayam).

Menurut Undang-Undang No.18 Tahun 2012, kandungan gizi dalam pangan, berkaitan dengan komposisi suatu produk merupakan salah satu faktor penentu dalam proses pembentukan sumber daya manusia yang berkualitas. Kandungan gizi bahan baku pangan yang digunakan dalam kegiatan atau proses produksi pangan sangat menentukan mutu gizi pangan yang dihasilkan. Agar kualitas bahan baku tetap terjaga dan tidak terjadi pengurangan gizi maka dilakukan cara-cara seperti

pemilihan bahan baku, penyiapan, penyimpanan, pencampuran, pembuatan, dan kegiatan atau proses lain secara tepat sehingga produk siap diperdagangkan. Pangan hewani memiliki kandungan zat gizi yang lebih baik jika dibandingkan dengan pangan nabati pada kandungan protein, zat besi dan zink karena lebih mudah diserap tubuh (Shandy dan Puspowati, 2019). Pangan hewani mempunyai nilai absorpsi zink yang lebih tinggi daripada pangan nabati. Misalnya, berasal dari daging dan susu (Solomons, 1993).

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dengan tingkat dan nilai konsumsi pangan hewani yang diprediksi akan terus meningkat. Namun, pada saat ini terdapat beberapa permasalahan yang berkaitan dengan konsumsi pangan hewani, seperti rendahnya rata-rata tingkat konsumsi dan pangsa pengeluaran, penurunan tingkat konsumsi dan pangsa pengeluaran, serta relatif tingginya harga beberapa komoditas pangan hewani. Selain itu, sering terjadi ketidakakuratan dalam proyeksi penawaran dan permintaan pangan hewani di Indonesia (Ermansyah, *et al*, 2020). Berbagai permasalahan tersebut semakin diperparah dengan adanya pandemi Covid-19.

Menurut Cholilawati dan Suliyanthini (2021), terdapat perubahan perilaku konsumen pada saat melakukan pembelian produk maupun jasa sebelum dan selama pandemi Covid-19. Aktivitas belanja kebutuhan konsumsi rumah tangga sehari-hari selama pandemi Covid-19 lebih sedikit dilakukan, dimana sebelumnya aktivitas banyak dilakukan dengan dengan pergi ke pasar tradisional dan mendatangi langsung minimarket terdekat. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perubahan perilaku yang terjadi dalam aktivitas pembelian barang maupun jasa akibat pandemi ini.

Konsumsi bahan pangan hewani masyarakat Indonesia sebelum dan sesudah terdampak pandemi Covid-19 berdasarkan data yang bersumber dari BPS mengenai rata-rata pengeluaran per kapita sebulan masyarakat Indonesia menurut kelompok komoditas dan kuintil pengeluaran (Rupiah) pada tahun 2019 yaitu tahun sebelum Covid-19 menyebar di Indonesia dan tahun 2020 yaitu tahun setelah Covid-19 menyebar di Indonesia adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1. Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan menurut Kelompok Komoditas dan Kuintil Pengeluaran (Rupiah) Tahun 2019 dan 2020

No.	Kuintil Pengeluaran	Tahun	Kelompok Komoditas Makanan					
			Ikan/Undang/ Cumi/Kerang		Daging		Telur dan Susu	
			Rupiah (Rp)	Keterangan (%)	Rupiah (Rp)	Keterangan (%)	Rupiah (Rp)	Keterangan (%)
1.	Pertama	2019	19.551	Turun	8.312	Turun	13.249	Naik
		2020	18.695	4,0	8.204	1,0	13.315	0,5
2.	Kedua	2019	30.209	Turun	14.907	Turun	19.853	Naik
		2020	29.972	0,8	13.941	6,0	20.037	1,0
3.	Ketiga	2019	41.999	Naik	22.046	Turun	27.434	Naik
		2020	42.202	0,5	21.018	5,0	28.717	4,7
4.	Keempat	2019	54.830	Naik	33.389	Turun	39.557	Naik
		2020	56.733	3,0	31.339	6,0	41.179	4,1
5.	Kelima	2019	79.732	Naik	59.817	Turun	68.119	Naik
		2020	85.246	7,0	57.701	4,0	71.052	4,0

Sumber: BPS 2019 dan BPS 2020

Berdasarkan data diatas yang dihimpun dari BPS terkait pengeluaran rata-rata per kapita masyarakat Indonesia per bulan dengan satuan rupiah untuk kebutuhan pangan hewani pada tahun 2019 dan 2020 menunjukkan kecenderungan konsumsi protein hewani masyarakat Indonesia adalah dari komoditas perikanan. Pengeluaran terbesar masyarakat per bulannya untuk komoditas perikanan baik di kuintil pengeluaran pertama (masyarakat kelas bawah) sampai kelima (masyarakat kelas atas) lebih besar daripada pengeluaran untuk membeli daging maupun telur dan susu. Setelah komoditas perikanan, pengeluaran masyarakat untuk membeli protein hewani adalah untuk telur dan susu. Kemudian, untuk daging merupakan komoditas hewani yang mempunyai daya beli paling rendah baik pada kuintil pertama hingga kuintil kelima.

Data pada Tabel 1.1. menunjukkan bahwa konsumsi komoditas perikanan pada kuintil pertama dan kedua secara berturut-turut turun dari tahun 2019 ke 2020 sebesar 4% dan 0,8% serta mengalami kenaikan pada kuintil ketiga sebesar 0,5%, kenaikan pada kuintil keempat sebesar 3%, dan kelima yaitu sebesar 7%.

Konsumsi komoditas daging dari tahun 2019 ke 2020 mengalami penurunan di setiap kuintil pengeluaran yaitu pada kuintil pertama turun sebesar 1%, kuintil kedua turun sebesar 6%, kuintil ketiga turun sebesar 5%, kuintil keempat 6%, dan pada kuintil kelima turun sebesar 4%.

Pada komoditas telur dan susu konsumsi masyarakat Indonesia mengalami kenaikan di setiap kuintil pengeluaran dari tahun 2019 ke 2020. Pada kuintil pertama naik sebesar 0.5%, pada kuintil kedua naik sebesar 1%, pada kuintil ketiga naik sebesar 4.7%, pada kuintil keempat naik sebesar 4,1%, dan pada kuintil kelima naik sebesar 4%.

Berkaitan dengan hal tersebut, kesediaan membayar yang dikenal dengan istilah *Willingness to Pay* (WTP) konsumen terhadap suatu barang atau jasa dimulai dari konsep utilitas, yaitu manfaat atau kepuasan karena mengkonsumsi barang atau jasa pada waktu tertentu (Suryahani, *et al*, 2011). Setiap individu maupun rumah tangga selalu berusaha untuk memaksimalkan utilitasnya dengan pendapatan tertentu, sehingga hal tersebut berpengaruh untuk menentukan jumlah permintaan barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Pada situasi pandemi Covid-19 yang sedang terjadi seperti saat ini, kondisi ekonomi sebagian besar masyarakat semakin sulit dengan meningkatnya angka pengangguran akibat banyaknya pegawai yang di PHK oleh perusahaan, menurunnya pendapatan pedagang yang mempunyai gerai dan pedagang kecil, serta pengaruh dari aktivitas yang hampir secara keseluruhan dilakukan dirumah sehingga berdampak pada pengurangan biaya untuk berbelanja.

Situasi pandemi di Indonesia khususnya Kota Palembang semakin membaik dengan turunnya jumlah kasus positif virus corona. Masyarakat Kota Palembang saat ini lebih sering keluar rumah dan beraktivitas secara normal dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Dalam memenuhi kebutuhan pangan hewannya, masyarakat mulai kembali berbelanja ke pasar tradisional, pasar modern, maupun toko sembako. Akibat dari adanya pandemi Covid-19 ini membuat sebagian besar masyarakat lebih memperhatikan kondisi kesehatan (Pratama, 2021).

Pasar tradisional dan modern adalah tempat yang menyediakan bahan pangan hewani secara ritel. Perbedaan pasar tradisional dan modern ditandai dengan adanya proses tawar menawar yang terjadi di pasar tradisional, tetapi tidak dilakukan di pasar modern. Menurut Hidayati (2016), pasar produk pangan segar di Indonesia dewasa ini tidak lagi didominasi oleh pasar-pasar tradisional terutama di daerah perkotaan. Hal tersebut dapat terjadi karena konsumen yang semakin cerdas dengan tingkat pengetahuan yang semakin tinggi menuntut produk pangan yang lebih baik dari sisi kualitas maupun keamanannya. Konsumen juga lebih memilih untuk

berbelanja di pasar-pasar tertentu sesuai dengan tingkat pendapatannya misalnya konsumen dengan pendapatan menengah cenderung untuk berbelanja di pasar ritel modern. Selain itu, adanya liberalisasi investasi yang makin tidak terbedung telah membuat pasar tradisional semakin terdesak dengan bermunculannya pasar modern yang menawarkan lebih banyak keunggulan komoditi, harga serta kenyamanan. Kenyataan tersebut telah membuat masyarakat Indonesia berpaling dari bagian kebudayaan dan beralih kepada kehidupan modern yang serba praktis dengan intensitas interaksi yang minim (Bintoro, 2010). Menurut Rahayu dan Bahri (2014), pasar tradisional adalah pasar yang dikelola dengan manajemen yang lebih tradisional dan lebih sederhana jika dibandingkan dengan pasar modern. Pasar tradisional bersifat kepemilikan perseorangan. Eksistensi pasar tradisional merupakan salah satu indikator yang paling penting dalam kegiatan perekonomian. Pada penelitian ini terdapat 2 lokasi pasar yang dijadikan tempat penelitian yaitu Pasar Modern dan Pasar Tradisional. Kedua lokasi tersebut merupakan tempat yang menjual bahan pangan hewani secara lengkap di Kota Palembang serta mempunyai segmentasi pasar yang jelas. Berdasarkan uraian yang telah disampaikan oleh penulis, maka penting bagi penulis untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* atau kesediaan konsumen untuk membayar bahan pangan hewani sebelum dan selama masa pandemi di Kota Palembang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas adapun rumusan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen pangan hewani di pasar modern dan pasar tradisional di Kota Palembang?
2. Berapa nilai *willingness to pay* bahan pangan hewani sebelum dan selama pandemi di pasar modern dan pasar tradisional di Kota Palembang?
3. Faktor-faktor apa saja yang menentukan *willingness to pay* konsumen terhadap bahan pangan hewani sebelum dan selama pandemi di Kota Palembang?

1.3. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka terdapat beberapa tujuan yang akan dicapai pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen pangan hewani di pasar modern dan pasar tradisional di Kota Palembang.
2. Menghitung nilai kesediaan konsumen untuk membayar bahan pangan hewani sebelum dan selama pandemi di Kota Palembang melalui analisa *Willingness to Pay* (WTP).
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* konsumen bahan pangan hewani sebelum dan selama masa pandemi di Kota Palembang.

Adapun kegunaan yang akan didapat dari hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, berguna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan selama proses penelitian.
2. Sebagai bahan kajian pustaka terkait dengan *willingness to pay* terhadap bahan pangan hewani di Kota Palembang.
3. Sebagai informasi yang diharapkan dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan, terkait dengan konsumsi bahan pangan hewani masyarakat Kota Palembang sebelum dan selama masa pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I Gusti Ngurah. 2006. *Statistika Penerapan Model Rerata Sel Multivariat dan Model Ekonometri dengan SPSS*. Jakarta: Yayasan SAD Satria Bhakti.
- Akaichi, F., & Revoredo-Giha, C. 2014. *The Demand for Dairy Products in Malawi*. *African Journal of Agricultural and Resource Economics*. 9(3): 214-225.
- Akhlima. 2012. *Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Beras Analog Di Serambi Botani, Botani Square, Bogor*. Skripsi Departemen Agribisnis Institut Pertanian Bogor.
- Ariani, M, *et al.* 2018. Keragaan Konsumsi Pangan Hewani Berdasarkan Wilayah dan Pendapatan di Tingkat Rumah Tangga. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*, 16(2).
- Aryanti dan Yana. 2012. Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Provider Indosat di Perguruan Tinggi Negeri Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Koperasi*. 7(2).
- Assauri. 2012. *Faktor Keputusan Manajemen Dalam Pemasaran*. Yogyakarta. Banyumedia Publishing.
- Badan Pusat Statistik, 2019. *Ringkasan Eksekutif Pengeluaran dan Konsumsi Penduduk Indonesia*, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2020. *Ringkasan Eksekutif Pengeluaran dan Konsumsi Penduduk Indonesia*, Jakarta.
- Bender, M. & B. Derby (1992), "Prevalence of Reading Nutrition and Ingredient Information on Food Labels: 1982-1988," *Journal of Nutrition Education*, Vol. 24, No. 6, pp. 292-297.
- Bintoro, R. W. 2010. Aspek hukum zonasi pasar tradisional dan pasar modern. *Jurnal Dinamika Hukum*, 10(3), 349-363.
- Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat, Kementerian Kesehatan RI. 2018. *Sumber Protein Bukan Hanya Susu*. [Online]. Diakses pada 5 November 2021.
- Cholilawati & Suliyanthini, D. 2021. Perubahan Perilaku Konsumen di Masa Pandemi Covid-19. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*. 9(1): 18-24.

- Dewi, DS. 2018. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. Metro.
- Ermansyah, L., Daryanto, A., & Syaukat, Y. 2020. Pola Permintaan Pangan Hewani di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 4(1): 176-190.
- Fakih, Mansour. 2008. Analisis Gender dan Transformasi Sosial. Insistpress.
- Febrita, RR Chyntia Ramadhani. 2017. Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Beras Organik (Studi Kasus: Gelael Signature Di Kota Makassar). Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Hasanuddin.
- Ferdiaz, NY. 2020. Kekurangan Gizi Penyebab Kematian Anak Akibat Virus Corona, Kemenkes Bagikan Cara Praktis Mencukupi Kebutuhan Gizi Anak di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Kesehatan*.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, N. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Samudra Ekonomika*. Vol.1 No.1: 72-86.
- Hariyadi, P. 2015. Peranan pangan hewani dalam pembangunan SDM bangsa. *Expert Opinion. Umami Indonesia*, 4(3), 12-15.
- Hidayati, R. 2016. Dinamika Pasar Produk Pangan Segar Analisis Skenario Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Urban Di Indonesia. *Jurnal Pusdiklat Perdagangan*. 2(1): 67-77.
- Kasrudin, Iqrayati, *et al.* Perilaku Hidup Bersih Sehat (PHBS) Dalam Mendukung Gaya Hidup Sehat Masyarakat Kota Kendari Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Keperawatan* 4(3) : 19-27.
- Kemenkes. 2020. Panduan Gizi Seimbang Pada Masa Pandemi Covid-19. Artikel Kesehatan.
- Ketler, Kottler. 2019. Manajemen Pemasaran, Edisi Tiga Belas, Jilid Satu. Erlangga: Jakarta.
- Khoiriyah, N., Anindita, R., Hanani, N., & Muhaimin, A. W. 2018. Analisis Permintaan Pangan Hewani Rumah Tangga Perkotaan Indonesia” Sebuah Pendekatan Quadratic Almost Ideal Demand System (QUAIDS). *In Prosiding Seminar Nasional dan Internasional* (pp. 155-163).
- Kirigia, J. M., & Muthuri, R. N. D. K. 2020. *The Fiscal Value of Human Lives Lost From Coronavirus Disease (COVID-19) in China*. *BMC Research Notes*. 13(1): 1–5.

- Kotler, Amstrong. 2016. Prinsip Prinsip Pemasaran, Edisi Tiga Belas, Jilid Satu. Erlangga: Jakarta.
- Mamuaja, C. F. 2016. Pengawasan Mutu dan Keamanan Pangan. Manado.
- Mathios, A.D. 1996. "Socioeconomic Factors, Nutrition, and Food Choices: An Analysis of the Salad Dressing Market," *Journal of Public Policy & Marketing*. Vol. 15, No.1. Spring, pp 45-54.
- Matondang, *et al.* 2020. Estimasi Nilai Ekonomi Dan Willingness to Pay (WTP) Masyarakat Terhadap Upaya Pelestarian Sumberdaya Air Di Desa Sukadamai, Kecamatan Dramaga, Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*. 2(5): 821-831.
- Menteri Kesehatan Republik Indonesia. 2014. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2014 Tentang Pedoman Gizi Seimbang. Jakarta.
- Mongi, *et al.* 2019. Karakteristik Konsumen Dalam Pembelian Daging Sapi di Kota Manado (Studi Kasus Di Transmart Carrefour Star Square Manado). *Zootec*. 39(2): 337-344.
- Morrison, M. A. 2012. Metode Penelitian Survei. Jakarta: Kencana.
- Novarista, Noni, *et al.* 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Pangan Hewani pada Konsumen Rumah Tangga di Kota Padang. *Jurnal Agribisnis Kerakyatan*. 3(1).
- Nurkholis. 2013. Pendidikan Dalam Upaya Memajukan Teknologi. *Jurnal Kependidikan*. Vol. 1 No.1: 24-44.
- Permendagri. 2007. Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 42 Tahun 2007 Tentang Pasar Desa. Jakarta: Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia.
- Pratama, Muhammad Ridho Rizky. 2021. Kesiapan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen dan Faktor yang mempengaruhi Masyarakat terhadap Produk Daging Sapi di Pasar Retail Jakabaring pada Masa Pandemi Covid 19 Kota Palembang. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sriwijaya. Palembang.
- Priambodo, L. H., & Najib, M. 2014. Analisis Kesiapan Membayar (*Willingness to Pay*) Sayuran Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(1), 1-14.
- Purbawati, C, *et al.* 2020. Dampak *Social Distancing* Terhadap Kesejahteraan Pedagang di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Korona. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah*. Vol.4 No.2:156-164.

- Putri, Wilda Rizkilia. 2016. *Analisis Willingness to Pay* Konsumen Terhadap Daging Ayam Ras Bersertifikat Halal (Studi Pada Kecamatan Pedurungan Kota Semarang). Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Rahayu, S. E dan Bahri, H. 2014. Studi Komparatif Perubahan Pendapatan Usaha Warung Tradisional Sebelum Dan Sesudah Adanya Warung Retail Modern Di Kecamatan Medan Timur. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14 (2), 151-165.
- Presiden Republik Indonesia. 2012. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan. Jakarta.
- Rofiatin, U., & Bariska, H. F. 2018. Pola Willingness To Pay (WTP) dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terhadap Pilihan Sayur Organik dan Anorganik Masyarakat Kota Malang. *Optima*, 2(1), 18-26.
- Sari, Y, *et al.* 2020. *Willingness to Pay* Konsumen Beras Organik dan Faktor-Faktor yang Berkaitan Dengan Kesiediaan Konsumen Untuk Membayar Lebih. *Forum Agribisnis*, Vol.10 No. 1:46-57.
- Sekretariat Nasional SDGS. 2020. Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. [Online]. Diakses pada tanggal 4 Oktober 2021.
- Setiani, S. 2016. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Berbagai Bahan Pangan dari Pembelian oleh Rumah Tangga Petani di Desa Tahan dan Rawan Pangan. *Agromix*, 7(1).
- Setiyadi, H, *et al.* 2021. *Willingness to Pay* Teh Herbal Takokak Masa Pandemi Covid-19 di Kota Kediri. *Jurnal Cemara*. Vol: 18 No. 1:9-18.
- Shandy, D. A., & Puspowati, S. D. 2019. Perbedaan Asupan Zat Gizi Pangan Hewani Antara Baduta Stunting Dan Non Stunting Di Puskesmas Prambanan Kabupaten Klaten. Doctoral dissertation. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Solomons, N. W. 1993. Zinc. Dalam: Macrae R, Robinson RK, Sadler MJ, eds. *“Encyclopedia of food science, food technology and nutrition”*. Academic Press 4980-94: London.
- Sudrajat, A. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Muslim. Studi Pada Pedagang Sayuran di Pasar Jagasatru Cirebon. Vol.8 No.1: 107-134.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sumarwan. 2005. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia Bogor.
- Surbakti, *et al.* 2021. Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen Terhadap Sayuran Organik Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Batam. Universitas Brawijaya.
- Suryahani, I., Anwar, N., & Sudjarwanto, S. 2011. Aplikasi Willingness To Pay: Proksi terhadap Penentuan Harga (Model Empirik dalam Estimasi Permintaan Air PDAM Rumah Tangga di Kabupaten Banyumas). *Eko-Regional: Jurnal Pembangunan Ekonomi Wilayah*. 6(2).
- Tjiptono, F, *et al.* 2008. Strategi Pemasaran. CV. Andi Offset: Yogyakarta.
- Toni, A. 2013. Eksistensi Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Pasar Modern Di Era Modernisasi. *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama*, 1(2).
- Husein Umar. (2008). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Vardiansyah, Dani. 2008. Filsafat Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Indeks: Jakarta.
- Widhiarso, Wahyu. 2012. Tanya Jawab Tentang Uji Normalitas. Fakultas Psikologi. Universitas Gajah Mada.
- Wiyono, Bambang Budi. 2001. Statistik Pendidikan: Buku Bahan Ajar Mata Kuliah Statistik. Malang: FIP UM.
- Wulandari, Desy. 2020. Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) terhadap Produk Telur Ayam Kampung di Pasar Swalayan Kota Semarang. Skripsi. Fakultas Peternakan dan Pertanian. Universitas Diponegoro.
- Yakin. A. 1997. Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan Teori dan Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan. Jakarta: CV Akademika Pressindo.
- Yamali, RF, *et al.* 2020. Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol.4 No.2:384-388.

