

## **ANALISIS WILLINGNESS TO PAY (WTP) TERHADAP PEMBELIAN KOPI BIJI SALAK (*Salacca zalacca*) DI UMKM SARISA MERAPI**

### ***Analysis of Willingness to Pay for the Purcuse of Snake Fruit Seed Coffe (*Salacca zalacca*) In Sarisa Merapi Enterprise***

**Saskia Helen Puspita<sup>1)</sup>, Ananti Yekti<sup>1)\*</sup>, dan R. Hermawan<sup>1)</sup>**

<sup>1)</sup> Jurusan Pertanian, Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta Magelang

\*e-mail: yektiananti2020@gmail.com

***Received : 21 Juli 2024: Accepted : 22 Desember 2024***

#### **ABSTRAK**

Kopi biji salak merupakan produk inovasi UMKM Sarisa Merapi yang diolah dengan bahan baku serbuk biji salak dan kopi robusta. Kopi biji salak memiliki kandungan senyawa kimia yang bermanfaat bagi kesehatan. Namun, masyarakat belum bersedia membeli produk kopi biji salak. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengestimasi nilai WTP kopi biji salak (2) menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi nilai WTP terhadap pembelian kopi biji salak. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 50 orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Terdapat dua metode untuk menganalisis estimasi nilai WTP dan faktor-faktor yang memengaruhinya yaitu *contingent valuation method* dan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap nilai WTP kopi biji salak yaitu usia, tingkat pendidikan, pendapatan, dan kualitas. Estimasi nilai WTP kopi biji salak di UMKM Sarisa Merapi sebesar Rp11.040 per produk. Harga tersebut lebih tinggi dibandingkan harga jual kopi biji salak di UMKM Sarisa Merapi sebesar Rp10.000. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pemerintah dan lembaga terkait dalam memberikan dukungan dan pembinaan kepada UMKM untuk meningkatkan daya saing produk lokal di pasar. Peningkatan harga jual kopi biji salak yang melebihi harga jual saat ini menunjukkan adanya potensi keuntungan yang dapat diraih, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan pengusaha UMKM.

**Kata kunci: Kopi Biji Salak, Konsumen, Willingness to Pay**

#### **ABSTRACT**

*Snake fruit seed coffee is an innovative product of UMKM Sarisa Merapi which is processed with raw materials of snake fruit seed powder and robusta coffee. Snake fruit seed coffee contains chemical compounds that are beneficial for health. However, people is not be willing to buy snake fruit seed coffee products. This study aims to (1) estimate the WTP value of snake fruit seed coffee (2) analyze the factors that influence the WTP value of purchasing snake fruit seed coffee. The number of respondents in this study was 50 people selected using purposive sampling technique. There are two methods to analyze the estimation of WTP value and the factors that influence it, contingent valuation method (CVM) and multiple regression. The results showed that the factors that significantly influence the WTP value of snake fruit seed coffee include age, education level, income, and quality. The estimated WTP value of snake fruit seed coffee in UMKM Sarisa Merapi is Rp11.040 for one product. This price is higher than the selling price of snake fruit seed coffee at UMKM Sarisa Merapi of Rp10.000. hese findings can serve as a reference for the government and related institutions in providing support and guidance to MSMEs to enhance the competitiveness of local products in the market. The increase in the selling price of salak seed coffee, which exceeds the current selling price, indicates potential profit that can be achieved, ultimately improving the welfare of MSME entrepreneurs.*

**Keywords: Snake Fruit Seed Coffee, Consumers, Willingness to Pay**

## PENDAHULUAN

Komoditas unggulan di sektor pertanian Provinsi DIY adalah salak. Berdasarkan data BPS DIY (2019) jumlah produksi tahunan buah salak pada 2014-2018 mencapai tingkat tertinggi dibandingkan buah lainnya sebesar 39,8 persen. Produksi salak tertinggi pada tahun 2022 sebesar 248.383 kwintal yang dihasilkan oleh Kabupaten Sleman (BPS, 2023). Dengan potensi tersebut mendorong pelaku usaha mikro kecil menengah di Kabupaten Sleman untuk mengembangkan salak sebagai bahan baku produk usaha.

Salah satu UMKM di Kabupaten Sleman yang eksis bergerak di bidang industri olahan salak adalah UMKM Sarisa Merapi. UMKM ini di bawah naungan Kelompok Wanita Tani (KWT) Kemiri Edum sejak bulan Desember tahun 2016. Selama ini, produksi olahan salak hanya dimanfaatkan pada bagian daging buahnya sehingga menghasilkan limbah dari hasil produksi tersebut berupa biji salak. Limbah biji salak menyumbang sebesar 25- 30% dari keseluruhan buah salak utuh, sedangkan kulit salak hanya 10-14%. Hal ini menunjukkan bahwa limbah biji salak lebih besar daripada kulit salak (Pratiwi *et al.*, 2021). Biji salak (*Salacca zalacca*) adalah bagian tanaman salak dengan kandungan antioksidan sebesar 436,91 mg/L GAEAC (*Gallic Acid Equivalent Antioxidant Capacity*) dengan IC50 sebesar 9,37 mg/mL. Kandungan senyawa antioksidan dalam biji salak mampu mencegah proses oksidasi sehingga menghambat pembentukan dan penumpukan radikal bebas di kulit (Lutfiana *et al.*, 2021). Adanya kandungan kimia yang dimiliki oleh biji salak tersebut dimanfaatkan oleh UMKM Sarisa Merapi menjadi sebuah produk inovasi yang memiliki cita rasa hampir sama dengan kopi pada umumnya yaitu kopi biji salak. Inovasi produk kopi biji salak sebagai upaya pemanfaatan limbah biji salak agar memiliki nilai ekonomis.

*D'kenthos coffee* merupakan brand produk kopi biji salak yang diproduksi oleh UMKM Sarisa Merapi. Kandungan kapasitas antioksidan *D'kenthos coffee* sebesar 331,50 mg/g AEAC (*Ascorbic Acid Equivalent Antioxidant Capacity*). Menurut Werdyani *et al.* (2017) aktivitas antioksidan dalam bentuk

senyawa fenol, flavonoid, dan tanin. Adanya kandungan antioksidan dalam kopi biji salak dapat menjaga kesehatan tubuh dari proses oksidasi dan radikal bebas (Pratiwi *et al.*, 2021). Hal ini menjadi peluang bagi konsumen yang ingin mengonsumsi kopi dengan tetap menjaga kesehatan tubuh.

Namun, khasiat yang ada dalam kandungan senyawa kimia kopi biji salak belum banyak diketahui oleh masyarakat. Umumnya, masyarakat menganggap biji salak hanya sebuah limbah yang tidak memiliki nilai jual sehingga mereka kurang tertarik untuk mengonsumsi kopi biji salak. Hal ini menunjukkan bahwa dorongan konsumen untuk membeli produk kopi biji salak rendah. Kesiediaan konsumen untuk membayar sebuah produk disebut *willingness to pay*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jamal (2020) rata-rata nilai WTP maksimum produk kopi latte panas di *Kayo Coffee and Space* sebesar Rp25.507 dan penyajian dingin sebesar Rp28.275. Sedangkan di Anak Panah jika disajikan panas sebesar Rp26.833 dan penyajian dingin sebesar Rp30.440. Perbedaan nilai rata-rata maksimum tersebut karena faktor kualitas berpengaruh signifikan terhadap WTP kopi latte.

Hal ini berbeda dengan penelitian Fajria (2020), faktor-faktor yang secara signifikan memengaruhi kesiediaan membayar produk sayuran organik yaitu pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Meneliti *Willingness to Pay* (WTP) pada UMKM memungkinkan pengusaha untuk menentukan harga yang tepat, mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, merancang strategi pemasaran yang efektif, dan membuat keputusan yang lebih baik, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan efisiensi dalam pengelolaan usaha mereka.

Berdasarkan kondisi di UMKM Sarisa Merapi, belum adanya penelitian yang membahas tentang faktor *Willingness to Pay* (WTP) terhadap pembelian kopi biji salak. Selain itu, besarnya nilai WTP juga belum diketahui secara empiris sehingga penulis berinisiatif untuk mengangkat penelitian dengan judul “Analisis *Willingness to Pay* terhadap Pembelian Kopi Biji Salak di UMKM Sarisa Merapi”.

## METODE PENELITIAN

### Metode Kajian

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Sarisa Merapi, Kemiri, Purwobinangun, Pakem, Sleman selama 7 bulan. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu deskriptif kuantitatif yang menyajikan gambaran sebuah fenomena dengan data yang akurat. Data kuantitatif diperoleh dari hasil perhitungan kuesioner menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM) dan regresi linear berganda. Selanjutnya dianalisis secara deskriptif.

### Metode Penentuan Populasi dan Sampel

Teknik pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di UMKM Sarisa Merapi berdasarkan pertimbangan yang ditentukan. Populasi yang digunakan dalam penelitian yaitu konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi kopi biji salak yang diproduksi UMKM Sarisa Merapi minimal 1 (satu) kali. Proses pengambilan sampel konsumen kopi biji salak UMKM Sarisa Merapi menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 orang. Besaran tingkat ketelitian dan kesalahan maksimal yang digunakan dalam penelitian yaitu 5% (0,05).

### Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung di lapangan melalui wawancara dan kuesioner dengan responden. Sedangkan data sekunder adalah data yang mendukung data utama dan didapatkan melalui sumber lain sebagai perantara seperti pemilik UMKM Sarisa Merapi dan literatur (buku, jurnal, website) yang relevan dengan topik penelitian. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian yaitu observasi, kuesioner, dan wawancara.

### Instrumen Penelitian

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala rasio dan *likert*. Melalui kedua skala tersebut, responden dapat melengkapi serangkaian pertanyaan dalam kuesioner untuk menunjukkan faktor-faktor yang memengaruhi nilai WTP dan nilai estimasi WTP terhadap pembelian kopi biji salak.

Diterbitkan Oleh,

Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Politeknik Pembangunan Pertanian Gowa  
<http://ejournal.polbangtan-gowa.ac.id>

### Analisis Data

#### 1) Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan salah satu metode untuk mengumpulkan, meringkas, mengklasifikasikan, menyajikan, dan mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan tanpa menarik suatu kesimpulan (Sahir, 2021).

#### 2) *Contingent Evaluation Method* (CVM)

Metode *Contingent Evaluation Method* (CVM) digunakan untuk menganalisis nilai estimasi WTP terhadap pembelian kopi biji salak. Tahapan untuk menentukan nilai WTP yaitu:

##### a) Membangun Hipotesis Pasar

Pasar hipotesis dideskripsikan dengan terjadinya perubahan lingkungan di masa depan (Putri, 2017).

b) Mendapatkan Nilai Penawaran WTP  
Tahapan untuk mendapatkan nilai penawaran WTP menggunakan metode wawancara secara langsung dengan responden. Penggunaan metode ini untuk memudahkan dalam mengklasifikasi responden yang bersedia dan tidak bersedia membayar kopi biji salak.

##### c) Menghitung Nilai Rataan WTP

Nilai rata-rata WTP dapat dihitung menggunakan rata-rata dari penjumlahan seluruh nilai WTP dibagi dengan jumlah responden (Putri, 2017).

$$MWTP = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n WTP_i$$

Keterangan :

MWTP = Rata-rata nilai maksimum WTP (Rupiah)

WTP<sub>i</sub> = Nilai WTP ke-i

n = Jumlah responden

i = Responden ke-i yang bersedia membayar

##### d) Mengestimasi Kurva WTP

Kurva WTP mendeskripsikan hubungan antara jumlah konsumen yang bersedia membayar dengan tingkat WTP yang bersedia dibayarkan. Kurva WTP mempunyai slope negatif apabila semakin tinggi nilai WTP maka semakin sedikit jumlah konsumen yang bersedia membayar (Mega *et al.*, 2022).

##### e) Menentukan Total WTP

Nilai total WTP didapatkan dari nilai rata-rata WTP responden dengan jumlah populasi konsumen kopi biji salak (Mega *et al.*, 2022).

$$TWTP = EWTP_i \cdot P$$

Keterangan :

TWTP = Total *Willingness to Pay* (WTP) konsumen

EWTP<sub>i</sub> = Rata-rata WTP ke-*i* responden (Rupiah)

P = Responden (orang)

### Uji Instrumen Penelitian

#### 1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji terhadap serangkaian pertanyaan dalam kuesioner untuk mengukur validitas jawaban responden yang diajukan peneliti. Apabila *r* hitung > *r* tabel maka butir atau variabel tersebut valid. Jika nilai *r* hitung < *r* tabel maka butir atau variabel tidak valid (Janna & Herianto, 2021).

#### 2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu uji untuk mengukur kekonsistenan responden dalam menjawab serangkaian pertanyaan. Kriteria reliabilitas apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka data reliabel. Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60, maka data tidak reliabel (Sujarwanto & Rusilowati, 2015).

### Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan suatu uji digunakan untuk mengetahui nilai residu normal. Kriteria model regresi yang tepat yaitu pengujian statistik dengan kriteria nilai signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05, maka data terdistribusi normal (Sahir, 2021).

#### 2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui korelasi yang tinggi antara variabel bebas. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan metode program SPSS. Jika nilai VIF < 10 atau nilai TOL > 0,1 maka tidak ada multikolinearitas (Sahir, 2021).

#### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menganalisis perbedaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Kriteria model regresi yang tepat yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas, tidak menunjukkan pola yang jelas pada gambar *scatterplot*, serta terdapat titik-titik menyebar yang berada di atas dan di bawah angka 0 (Sahir, 2021).

#### 4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menganalisis ada atau tidaknya penyimpangan korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin Watson* (DW). Kriteria pengambilan kesimpulan yaitu Jika nilai  $dU < DW < 4 - dU$ , maka tidak terdapat autokorelasi (Sahir, 2021).

### Analisis Linear Berganda

Regresi Berganda merupakan metode analisis yang dikembangkan dari regresi sederhana terdiri lebih dari dua variabel yaitu dua atau lebih *variable independent* (variabel bebas) dan satu *variable dependent* (variabel terikat) (Sahir, 2021). Dalam penelitian, analisis regresi linear digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi nilai WTP terhadap pembelian kopi biji salak.

$$Y = \beta_0 + \beta_1D_1 + \beta_2D_2 + \beta_3D_3 + \beta_4X_1 + \beta_5X_2 + \beta_6X_3 + \beta_7X_4 + \beta_8X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai WTP Kopi Biji Salak

Konstanta (apabila nilai *x* sebesar

$\beta_0 = 0$ , maka Y akan sebesar  $\alpha$  atau konstanta)

$\beta_{1-8}$  = Koefisien Regresi (Jenis Kelamin, Status Pernikahan, Pekerjaan, Usia, Tingkat Pendidikan, Jumlah Anggota Keluarga, Pendapatan, Kualitas)

$D_1$  = Jenis Kelamin (*Dummy*) (0 = Perempuan, 1 = Laki-laki)

$D_2$  = Status Pernikahan (*Dummy*) (0 =

Belum Menikah, 1 = Sudah Menikah)

$D_3$  = Pekerjaan (*Dummy*) (0 = Belum Bekerja, 1 = Bekerja)

$X_1$  = Usia

$X_2$  = Tingkat Pendidikan

$X_3$  = Jumlah Anggota Keluarga

$X_4$  = Pendapatan

$X_5$  = Kualitas

*e* = Faktor lain diluar penelitian

### Uji Hipotesis

#### 1) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat

Diterbitkan Oleh,

Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Politeknik Pembangunan Pertanian Gowa

<http://ejournal.polbangtan-gowa.ac.id>

secara bersama-sama (simultan). Pengujian hipotesis dengan membandingkan angka Fhitung dengan Ftabel pada tingkat kesalahan 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak ( $H_1$  diterima). Apabila nilai  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima ( $H_1$  ditolak) (Sahir, 2021).

### 2) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara masing-masing (parsial). Uji hipotesis dengan membandingkan angka thitung dengan ttabel pada tingkat kesalahan 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka variabel bebas memengaruhi variabel terikat. Apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka variabel bebas tidak memengaruhi variabel terikat (Sahir, 2021).

### 3) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada prinsipnya koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya keragaman variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendekati 1 (satu) maka keragaman dari variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas secara keseluruhan (Hidayaningtyas, 2019).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Objek Penelitian

UMKM Sarisa Merapi merupakan salah satu industri menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang bergerak di pengolahan makanan dan minuman salak. Sarisa Merapi memiliki beberapa produk olahan salak, salah satunya kopi biji salak.

Hasil observasi di lapangan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di daerah Sleman memproduksi kopi biji salak dengan merek dan harga yang berbeda. Perbedaan kopi biji salak dengan produk UMKM lainnya terletak pada karakteristik produk tersebut. Bahan dasar kopi biji salak menggunakan serbuk biji salak dan kopi robusta sedangkan kopi biji salak yang diproduksi UMKM lain hanya menggunakan serbuk biji salak. Selain itu, UMKM Sarisa Merapi memproduksi kopi biji salak dalam bentuk kopi kemasan dan ready to drink. Sedangkan kopi biji salak yang diproduksi UMKM lain hanya dalam bentuk kopi kemasan. Hal ini dapat menjadi nilai positif bagi UMKM Sarisa Merapi karena penyajian kopi biji

salak lebih praktis dan efisien dengan penambahan bahan kopi lain yaitu kopi robusta.

Kopi biji salak memiliki manfaat dapat mencegah proses oksidasi sehingga menghambat pembentukan dan penumpukan radikal bebas di kulit (Lutfiana *et al.*, 2021). Senyawa flavonoid pada biji salak sebagai antioksidan untuk mengurangi stress oksidatif yang menyebabkan komplikasi diabetes melitus dan membantu pengeluaran insulin oleh sel pankreas (Ribatul *et al.*, 2023). Adanya nilai kebermanfaatannya tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai dan citra positif produk terhadap kesediaan konsumen dalam membeli kopi biji salak serta menjadi bahan pertimbangan bagi UMKM Sarisa Merapi dalam menyusun strategi pemasaran terutama dalam strategi harga. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi nilai WTP dan nilai estimasi WTP terhadap pembelian kopi biji salak.

### Karakteristik Responden

#### 1) Jenis Kelamin

Secara umum keadaan responden memiliki persentase yang sama sebesar 50%. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan tren terhadap maraknya *cafe* atau *coffee shop* yang mudah ditemui di berbagai tempat dengan mengusung konsep yang menarik sehingga membuat tempat tersebut semakin digemari kaum muda, baik laki-laki maupun perempuan (Tabel 1).

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di UMKM Sarisa Merapi

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	25	50
Perempuan	25	50
Total	50	100

Sumber : Data Primer, 2024

#### 2) Usia

Mayoritas responden berada dalam kelompok usia 17-25 tahun dengan jumlah 50%. Hal ini karena dengan bertambahnya usia seseorang, kecenderungan kebutuhan akan semakin meningkat sehingga sebagian besar konsumen memprioritaskan pembelian kebutuhan primer daripada kebutuhan sekunder atau tersier (Tabel 2).

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia di UMKM Sarisa Merapi

Usia	Jumlah	Persentase (%)
17-25 th	25	50
26-35 th	9	18
36-45 th	8	16
46-55 th	6	12
56-65 th	2	4
Total	50	100

Sumber : Data Primer, 2024

### 3) Status Pernikahan

Mayoritas konsumen belum menikah sebesar 58%. Responden yang belum menikah biasanya memiliki kebutuhan yang lebih sederhana dan belum mempertimbangkan pengeluaran untuk rumah tangga, sehingga cenderung dapat memenuhi kebutuhan sekunder dengan melakukan pembelian seperti kopi (Tabel 3).

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan di UMKM Sarisa Merapi

Status Pernikahan	Jumlah	Persentase (%)
Belum Menikah	29	58
Menikah	21	42
Total	50	100

Sumber : Data Primer, 2024

### 4) Tingkat Pendidikan Terakhir

Mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA sebesar 56%. Sebagian besar konsumen kopi biji salak dengan pendidikan terakhir SMA memiliki status pekerjaan sebagai wirausaha. Hal ini disebabkan terjadi perubahan konsep pandangan masyarakat lebih tertarik dalam menciptakan lapangan kerja daripada mencari pekerjaan sehingga mendorong masyarakat termasuk konsumen kopi biji salak memilih menjadi wirausaha (Tabel 4).

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di UMKM Sarisa Merapi

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SMP	5	10
SMA	28	56
DIPLOMA	1	2
S1/S2/S3	16	32
Total	50	100

Sumber : Data Primer, 2024

Diterbitkan Oleh,

Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Politeknik Pembangunan Pertanian Gowa  
<http://ejournal.polbangtan-gowa.ac.id>

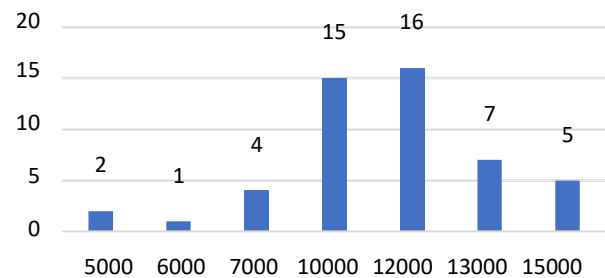
## Nilai Estimasi WTP Kopi Biji Salak

### 1) Membangun Hipotesis Pasar

Hipotesis pasar yang digunakan pada penelitian ini menjelaskan tentang deskripsi dan kebermanfaatan produk kopi biji salak yang diproduksi UMKM Sarisa Merapi. Adanya informasi yang diberikan melalui hipotesis pasar ini diharapkan dapat membantu responden dalam menentukan nilai *willingness to pay* terhadap kopi biji salak.

### 2) Mendapatkan Nilai Penawaran WTP

Metode yang digunakan untuk mendapatkan nilai *willingness to pay* yaitu pertanyaan terbuka (*open-ended question*) dengan menetapkan titik awal (*starting point*) untuk satu produk kopi biji salak sebesar Rp10.000. Hasil nilai WTP dan jumlah konsumen yang bersedia membayar kopi biji salak cukup beragam dengan nilai terendah yang disepakati untuk membayar satu produk kopi biji salak sebesar Rp5.000. Sedangkan nilai tertinggi sebesar Rp15.000. Hasil distribusi nilai WTP dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Nilai WTP Kopi Biji Salak

### 3) Menghitung Nilai Rataan WTP

Hasil rata-rata total konsumen adalah 11.040 per produk. Nilai rata-rata yang diperoleh lebih tinggi dibandingkan harga jual kopi biji salak di UMKM Sarisa Merapi yaitu Rp10.000. Hal ini berarti konsumen bersedia membayar kopi biji salak lebih tinggi dari harga jual yang telah ditetapkan oleh UMKM Sarisa Merapi. Faktor yang mendasari konsumen bersedia membayar lebih karena keunggulan dan kebermanfaatan kopi biji salak seperti praktis dapat diminum secara langsung (*ready to drink*), penyajian kopi biji salak sesuai permintaan konsumen, cita rasa kopi yang baru dengan tambahan bubuk biji salak, dan lokasi *cafe* yang dekat dengan tempat wisata lereng Gunung Merapi (Tabel 5).

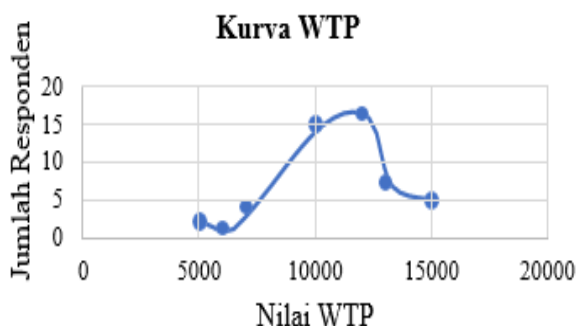
Tabel 5. Hasil Nilai Rata-rata WTP Kopi Biji Salak

Nilai WTP	Jumlah Responden	Frekuensi Relatif	Mean WTP
5000	2	0,04	200
6000	1	0,02	120
7000	4	0,08	560
10000	15	0,3	3000
12000	16	0,32	3840
13000	7	0,14	1820
15000	5	0,1	1500
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>1</b>	<b>11040</b>

Sumber : Data Primer, 2024

#### 4) Mengestimasi Kurva WTP

Hasil analisis data menunjukkan bahwa konsumen yang bersedia membayar kopi biji salak sebesar Rp.15.000 sebanyak 5 orang. Sedangkan, 15 konsumen bersedia membeli kopi biji salak sesuai dengan harga jual sebesar Rp.10.000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai WTP maka semakin sedikit juga konsumen yang bersedia membayar kopi biji salak.



Gambar 2. Kurva Nilai WTP Kopi Biji Salak

#### 5) Menemukan Total WTP

Dalam penelitian ini nilai rata-rata sampel sebesar 11.040. Menurut data BPS (2023) jumlah penduduk di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sebanyak 2.803.414 jiwa sehingga total WTP kopi biji salak sebesar Rp30.949.690.560. Adanya nilai total WTP dapat memberikan informasi tentang potensi finansial mengenai kopi biji salak bagi pelaku usaha artinya ketika pelaku usaha menggunakan harga yang bersedia dibayarkan oleh konsumen maka akan memperoleh pendapatan sebesar Rp30.949.690.560.

### Hasil Uji Instrumen

#### 1) Uji Validitas

Dalam pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan kepada 30 responden (n=30) dengan taraf signifikansi 95% ( $\alpha = 0,05$ ). Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai  $r$  hitung  $> 0,374$  sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dari variabel kualitas (X8) adalah valid (Tabel 6).

Tabel 6. Hasil Uji Validitas di UMKM Sarisa Merapi

Variabel	Kode Indikator	r hitung	r tabel	Kriteria
Kualitas	X8.1	0,797	0,374	Valid
	X8.2	0,852	0,374	Valid
	X8.3	0,646	0,374	Valid
	X8.4	0,868	0,374	Valid

Sumber : Data Primer, 2024

#### 2) Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,791  $> 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dari kuesioner dinyatakan layak untuk disebarakan kepada responden (Tabel 7).

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas di UMKM Sarisa Merapi

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of items	Kriteria
0,791	4	Reliabel

Sumber : Data Primer, 2024

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Metode uji statistik yang digunakan yaitu uji *one-sample kolmogorov-smirnov* dengan nilai signifikansi 0,191  $> 0,05$  sehingga dapat dikatakan model regresi terdistribusi normal.

#### 2) Uji Multikolinearitas

Nilai VIF dari masing-masing variabel kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* yang diperoleh lebih dari 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi faktor-faktor yang memengaruhi nilai WTP terhadap pembelian kopi biji salak tidak terjadi multikolinearitas (Tabel 8).

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
<i>Dummy</i> Jenis Kelamin	.817	1.223
Usia	.356	2.809
<i>Dummy</i> Status	.516	1.938
Pernikahan	.915	1.093
Jumlah Anggota Keluarga	.706	1.416
Pendidikan	.498	2.009
Pendapatan Kualitas	.828	1.208
<i>Dummy</i> Pekerjaan	.999	1.001

Sumber : Data Primer, 2024

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak terbentuk pola pada *scatterplot*. Selain itu, titik-titiknya menyebar di atas maupun di bawah angka 0. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

### 4) Uji Autokorelasi

Dalam penelitian ini, nilai  $dL \leq DW \leq dU$  ( $1,2011 < 1,612 < 1,9297$ ) sehingga tidak dapat disimpulkan. Oleh karena itu, dilakukan tes lanjutan yaitu *Run test* dengan nilai *Asymp.Sig(2-tailed)* sebesar  $0,568 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi masalah autokorelasi.

### Hasil Regresi Faktor-faktor yang Memengaruhi Nilai WTP terhadap Pembelian Kopi Biji Salak

Faktor-faktor yang memengaruhi nilai WTP kopi biji salak dianalisis menggunakan linear berganda. Berdasarkan Tabel 9, maka dapat diperoleh hasil regresi faktor-faktor yang memengaruhi nilai WTP kopi biji salak.

Tabel 9. Hasil Regresi Faktor-faktor yang Memengaruhi Nilai WTP Kopi Biji Salak di UMKM Sarisa Merapi

Variabel	Koefisien Regresi	t- hitung	Signi- fikansi
Konstanta	305.396	6.506	.000
<i>Dummy</i> Jenis Kelamin	.469 <sup>ns</sup>	.142	.888
Usia	.058**	2.183	.008
<i>Dummy</i> Status Pernikahan	.841 <sup>ns</sup>	.180	.858
Jumlah Anggota Keluarga	-.693 <sup>ns</sup>	-.692	.493
Tingkat Pendidikan	2.223**	2.957	.005
Pendapatan	.004**	2.565	.014

Diterbitkan Oleh,

Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Politeknik Pembangunan Pertanian Gowa  
<http://ejournal.polbangtan-gowa.ac.id>

Kualitas	.012**	6.771	.000
<i>Dummy</i> Pekerjaan	-8.290 <sup>ns</sup>	-1.783	.782

Sumber : Data Primer, 2024

### 3) Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,61 atau 61%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 61% variasi dalam nilai WTP kopi biji salak dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sementara itu, sebesar 39% dari variasi tersebut dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti (Tabel 10).

Tabel 15. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	Model	Summary	Std. Error of the Estimate
		R Square	Adjusted R Square	
1	.784 <sup>a</sup>	.615	.540	5.201

a. Predictors: (Constant), Pekerjaan, Jenis Kelamin, Jumlah Anggota Keluarga, Status Pernikahan, Kualitas, Pendidikan, Pendapatan, Usia

Sumber : Data Primer, 2024

### Faktor-faktor yang Memengaruhi Nilai WTP terhadap Pembelian Kopi Biji Salak

a) Pengaruh *Dummy* Jenis Kelamin terhadap WTP Kopi Biji Salak

Variabel jenis kelamin memiliki nilai koefisien regresi adalah 0,469. Selain itu, nilai t hitung sebesar  $0,142 < 2,019$  yang artinya jenis kelamin tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai WTP kopi biji salak. Konsumen kopi biji salak baik laki-laki maupun perempuan memiliki pertimbangan yang rasional saat membeli kopi berdasarkan keunggulan dan kualitas produk. Hal ini sejalan dengan penelitian Habib & Kuntadi (2020) bahwa tidak terdapat korelasi antara jenis kelamin dengan nilai WTP beras organik disebabkan oleh tingginya kebutuhan keluarga yang dipikirkan responden perempuan dalam membeli beras organik sedangkan responden laki-laki tidak memiliki gambaran mengenai beras organik sehingga kebutuhan dapur dipercayakan kepada istri sebagai pembeli utama kebutuhan sehari-hari.

b) Pengaruh Usia terhadap WTP Kopi Biji Salak  
Variabel usia berpengaruh secara signifikan dengan nilai t hitung sebesar  $2,183 > 2,019$  dan koefisien regresi yaitu 0,058. Hal ini menunjukkan bahwa

jika usia konsumen terjadi peningkatan setiap 1 tahun maka akan meningkatkan nilai WTP (Y) sebesar 0,058 rupiah. Mayoritas responden memutuskan untuk membeli kopi biji salak karena untuk mendapatkan suasana baru dan adanya fasilitas yang mendukung seperti *wifi*. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Rahayu *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa semakin tinggi kelompok usia maka nilai WTP beras cerdas CV An-Nahlah juga semakin meningkat sebesar Rp675.

c) Pengaruh *Dummy* Status Pernikahan terhadap WTP Kopi Biji Salak

Variabel status pernikahan memiliki nilai koefisien regresi adalah 0,841 dan nilai t hitung sebesar 0,180 < 2,019 yang artinya tidak terdapat perbedaan nilai WTP konsumen antara yang belum menikah dan sudah menikah. Mayoritas konsumen membeli kopi biji salak berdasarkan preferensi individu karena pembelian kopi biji salak sesuai dengan selera. Hal ini sejalan dengan penelitian Karisyawati (2019) bahwa setiap orang yang menikah memiliki kebutuhan preferensi yang beragam dalam mengonsumsi buah sehingga status pernikahan menjadi salah satu faktor yang dapat menurunkan nilai WTP pisang cavendish.

d) Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap WTP Kopi Biji Salak

Variabel tingkat pendidikan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 2,223 dan nilai t hitung sebesar 2,957 > 2,019 sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai WTP kopi biji salak. Hal ini sejalan dengan penelitian Fajria *et al.* (2020) menjelaskan bahwa tingginya pendidikan berpengaruh terhadap nilai WTP karena pendidikan dapat memengaruhi pola pikir konsumen. Konsumen dengan tingkat pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki pengetahuan dan pemahaman yang luas tentang kopi biji salak sehingga bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi.

e) Pengaruh Jumlah Anggota Keluarga terhadap WTP Kopi Biji Salak

Jumlah anggota keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai WTP kopi biji salak. Variabel jumlah anggota keluarga memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,693 dan nilai t hitung sebesar -0,692 < 2,019. Menurut Habib & Kuntadi

(2020) jumlah anggota keluarga memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kebutuhan konsumsi keluarga. Namun, kopi biji salak tidak tergolong kebutuhan primer konsumen sehingga jumlah anggota keluarga dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap nilai WTP kopi biji salak.

f) Pengaruh *Dummy* Pekerjaan terhadap WTP Kopi Biji Salak

Variabel pekerjaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar -8,290 dan nilai t hitung -1,783 < 2,019. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pekerjaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai WTP kopi biji salak. Hal ini karena mayoritas konsumen berstatus sebagai pekerja, namun memiliki pendapatan yang sebanding dengan konsumen yang belum bekerja. Oleh karena itu, variabel pekerjaan tidak memengaruhi kesediaan konsumen dalam membayar kopi biji salak.

g) Pengaruh Pendapatan terhadap WTP Kopi Biji Salak

Variabel pendapatan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,004 dan nilai t hitung sebesar 2,565 > 2,019 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai WTP kopi biji salak. Pada penelitian ini, konsumen yang memiliki pendapatan lebih besar bersedia membayar kopi biji salak dengan harga lebih tinggi dari harga jual. Hal ini sesuai dengan penelitian Fajria *et al.* (2020) bahwa semakin tinggi pendapatan dapat meningkatkan kesediaan konsumen untuk membayar lebih pada produk sayuran organik. Jumlah pendapatan yang tinggi dapat memenuhi kebutuhan keluarga dengan baik karena adanya sumber dana yang mendukung.

h) Pengaruh Kualitas terhadap WTP Kopi Biji Salak

Dalam penelitian ini, kualitas diukur berdasarkan rasa, aroma (bau), warna, dan desain kemasan. Variabel kualitas memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,012 dan nilai t hitung sebesar 6,771 > 2,019. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai WTP kopi biji salak. Mayoritas konsumen bersedia membeli kopi biji salak karena keunggulan dan kualitas produk tersebut seperti bahan utama serbuk biji salak dan kopi robusta yang dipasarkan dalam bentuk kopi kemasan dan

Diterbitkan Oleh,

Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Politeknik Pembangunan Pertanian Gowa  
<http://ejournal.polbangtan-gowa.ac.id>

siap minum (*ready to drink*), desain kemasan kopi biji salak menggambarkan perpaduan warna kopi dan salak sehingga menambah kesan elegan, dan kopi biji salak mengeluarkan aroma buah salak yang dapat menarik minat beli konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian Jamal *et al.* (2020) menjelaskan bahwa kualitas memengaruhi tingginya nilai WTP pada produk *coffee latte* karena secara psikologis konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas baik.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai estimasi *Willingness to Pay* (WTP) dalam membeli kopi biji salak yang diperoleh sebesar Rp11.040 per produk. Harga tersebut lebih tinggi dibandingkan harga jual kopi biji salak di UMKM Sarisa Merapi sebesar Rp10.000. Mayoritas konsumen kopi biji salak 56% bersedia membayar lebih tinggi dari harga jual yang telah ditetapkan. Hal ini dapat menjadi peluang besar bagi UMKM Sarisa Merapi untuk meningkatkan penjualan kopi biji salak.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi nilai *Willingness to Pay* (WTP) terhadap pembelian kopi biji salak di UMKM Sarisa Merapi yaitu usia, tingkat pendidikan, pendapatan, dan kualitas.

### DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2023). *Kabupaten Sleman dalam Angka 2022*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman.
- BPS Provinsi D.I Yogyakarta. (2023). *Provinsi DI Yogyakarta dalam Angka 2023*.
- BPS Provinsi DI Yogyakarta. (2019). *Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka 2019*. Badan Pusat Statistik Provinsi D.I. Yogyakarta.
- Fajria, F., Ethika, D., & Kusnaman, D. (2020). Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern Purwokerto dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi. In *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* (Vol. 17, Issue 1).
- Habib, E. A., & Kuntadi, E. B. (2020). Analisis *Willingness to Pay* Beras Organik Aromatik “Botanik” Gapoktan Al-Barokah di Kabupaten Bondowoso. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 13(1), 38.
- Hidayaningtyas, P. D. (2019). *Analisis Willingness to Pay Konsumen Bunga Krisan Varietas Pasopati Di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Provinsi Jawa Tengah*.
- Jamal, S. M. A., Prasetyo, E., & Budiharjo, K. (2020). Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) terhadap Produk *Coffee Latte* di Kota Semarang. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 13(3), 264.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Karisyawati, N. D. (2019). *Preferensi dan Willingness To Pay Konsumen Pisang Cavendish dan Ambon di Daerah Istimewa Yogyakarta*. [Tesis] UGM : Yogyakarta
- Lutfiana, S. I., Dellima, B. R. E. M., & Rosita, M. E. (2021). Formulasi dan Uji Sifat Fisik Masker Gel *Peel-Off* Serbuk Biji Salak (*Salacca zalacca* (Gaertn.) Voss). *Jurnal Farmasi Dan Kesehatan Indonesia*, 1(2), 54–64.
- Mega, A. R. P., Hendrarini, H., & Santoso, W. (2022). Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen terhadap Pembelian Produk Sayuran Melalui *Online Market* Sayurbox. *Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9, No. 1(Cvm), 362–375.
- Pratiwi, D. E. P., Putri, S. E., & Haeruddin, M.I. W. (2021). Analisis Kandungan Gizi Kopi Biji Salak Desa Pekkabata Kecamatan

- Duampanua Kabupaten Pinrang. *Jurnal Sainsmat*, *X*(1), 16–19.
- Putri, F. M. (2017). Analisis *Willingness to Pay* terhadap Pembelian Sayuran Organik Pakcoy (*Brassica rapa* L.) Bersertifikat. In *Universitas Brawijaya*. Rahayu, A. D., Hapsari, T. D., & Adam, J. (2017). Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Beras Cerdas Cv An– Nahlah di Kabupaten Jember. *JSEP*, *10*(1), 17–30.
- Ribatul, N. D., Prasetya, F., & Badawi, S. (2023). Pengaruh Pemberian Teh Kulit Buah Salak (*Salacca zalacca*) terhadap Kadar Glukosa Darah Mencit yang di Induksi Aloksan. *JSK (Jurnal Sains Dan Kesehatan)*, *5*(1), 52–58.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Jakarta :Indonesia.
- Sujarwanto, & Rusilowati, A. (2015). Pengembangan Instrumen *Performance Assessment* Berpendekatan *Scientific* pada Tema Kalor dan Perpindahannya. *Unnes Science Education Journal*, *4*(1), 780–787.
- Werdyani, S., Jumaryatno, P., & Khasanah, N. (2017). Antioxidant Activity of Ethanolic Extract and Fraction of Salak Fruit Seeds (*Salacca Zalacca* (Gaertn.) Voss.) Using Dpph (2,2-Diphenyl-1- Picrylhydrazyl) Method. *Jurnal Eksakta*, *17*(2), 137–146.