

CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY ACID CATFISH AT PONDOK GURIH RESTAURANT, PEKANBARU

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ASAM PEDAS IKAN PATIN DI RUMAH MAKAN PONDOK GURIH, PEKANBARU

Fitri Yuliasma¹⁾, Trisla Warningsih²⁾, and Darwis AN²⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Riau

²⁾ Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Riau

Received: June 10, 2020 / Accepted: October 25, 2020

ABSTRACT

This research was conducted at Pondok Gurih Restaurant, Pekanbaru which aims to calculate the value of the willingness to pay of consumers and to analyze the factors that affect the willingness to pay of consumers for the purchase of catfish spicy acid. This research can be used as information material for the restaurant to improve the quality and facilities for consumer demand. The research method used is a survey method that used primary data and secondary data. The data collection techniques through interviews. The sample in this study are consumers who eat at the restaurant and are willing to be interviewed. The number of respondents used in this study was 100 people. The data analysis method used in this research is logistic regression. The results showed that the average cost to be paid by consumers was IDR 87,410 with the lowest WTP value of IDR 40,000 and the highest was IDR 150,000. Then the variables that significantly affect the consumer's desire to pay are age, income, education, and product quality. The variables that did not have a significant effect were gender, service quality, and occupation. Suggestions for businesses are to continue to improve product quality.

Keywords: consumer demand, willingness to pay, *contingent valuation method*, logistic regression.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Pondok Gurih, Pekanbaru yang bertujuan untuk menghitung nilai kesediaan membayar konsumen dan menganalisis faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi pihak rumah makan untuk meningkatkan kualitas dan fasilitas terhadap permintaan konsumen. Penelitian dilakukan dengan metode survei yang menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data melalui interview. Populasi yang digunakan adalah konsumen Rumah Makan Pondok Gurih, Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang makan di rumah makan tersebut dan bersedia untuk diwawancarai. Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik. Hasil penelitian menyatakan bahwa nilai rata-rata WTP yang harus dibayar konsumen adalah Rp 87.410 dengan nilai WTP terendah Rp 40.000 dan yang tertinggi adalah Rp 150.000. Kemudian variabel yang signifikan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membayar adalah usia, pendapatan, pendidikan dan kualitas produk. Variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah jenis kelamin, kualitas pelayanan dan pekerjaan. Saran kepada pelaku usaha adalah terus meningkatkan kualitas produk.

Kata kunci: permintaan konsumen, kesediaan membayar, *contingent valuation method*, regresi logistik.

*Corresponding author: Trisla Warningsih, trisla.t.warningsih@lecture.unri.ac.id

Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Riau

PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru merupakan ibu kota dan kota terbesar di Provinsi Riau. Kota ini merupakan kota yang terkenal akan perdagangan dan jasanya. Saat ini, dunia usaha dalam bidang kuliner di Kota Pekanbaru sedang berkembang sangat pesat. Mulai dari usaha baru, usaha yang sudah ada kemudian melakukan ekspansi, maupun kuliner modern makanan siap saji (*fast food*) ataupun rumah makan khas melayu tradisional. Hidangan tradisional banyak digemari oleh masyarakat karena makanan tradisional menyimpan berbagai khasiat dan kandungan yang menyehatkan tubuh seperti rendah lemak dan lebih alami atau non kimiawi karena dibuat dengan rempah-rempah alami dibandingkan dengan makan cepat saji (*fast food*) yang kebanyakan terbuat dari bahan-bahan kimiawi yang dapat merusak kesehatan tubuh. Hal inilah yang membuat masyarakat sadar dan beralih menuju ke kehidupan yang lebih sehat. Ada beberapa hal yang biasanya dicari oleh para wisatawan jika berkunjung ke Pekanbaru yaitu masakan khas Pekanbaru berbentuk masakan ikan.

Tabel 1. Masakan Khas Pekanbaru Berbentuk Masakan Ikan

No	Masakan Khas Pekanbaru	Hasil Masakan
1	Asam Pedas Ikan Patin	Asam Pedas Ikan Patin
2	Ikan Salai	Gulai Salai
3	Ikan Baung	Asam Pedas Baung

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru (2020)

Berdasarkan Tabel 1, nampak bahwa makanan khas Pekanbaru yang pertama adalah asam pedas ikan patin, kemudian diikuti dengan gulai salai dan asam pedas ikan baung. Asam pedas ikan patin merupakan makanan khas Provinsi Riau yang cukup terkenal. Keberadaan Kota Pekanbaru yang diapit oleh 4 (empat) sungai Siak, Sungai Rokan, Sungai Kampar, dan Sungai Indragiri memungkinkan Pekanbaru mendapatkan suplai ikan patin.

Ikan patin sudah terbukti mengandung kandungan gizi yang tinggi, protein, dan lemak tak jenuh yang sangat tinggi. Kedua jenis zat ini sangatlah berguna untuk mencegah penumpukan lemak dan penyumbatan pada pembuluh darah, mempercepat pertumbuhan otot, dan mencegah terjadinya berbagai macam penyakit, seperti kardiovaskuler dan jantung koroner (Khairuman, 2011). Daging ikan patin memiliki tekstur daging yang lembut apalagi jika bumbunya meresap sampai ke daging hingga menciptakan aroma yang mampu menarik setiap orang untuk menyantapnya. Hal ini membuat sejumlah warung makan di Riau menyediakan menu masakan ikan patin yang menjadi salah satu menu favorit khas Melayu. Salah satu rumah makan tersebut adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Ikan patin yang diolah di rumah makan ini berasal dari ikan patin sungai, sehingga rasa dari ikan patin di rumah makan ini tentunya memiliki rasa yang lebih gurih sebab ikan yang digunakan adalah ikan patin sungai bukan ikan patin kolam atau budidaya seperti kebanyakan rumah makan lainnya. Hal ini yang menjadi daya tarik konsumen apabila ingin memiliki asam pedas ikan patin di rumah makan ini. Tabel 2 menampilkan banyaknya bahan baku ikan yang disediakan oleh Rumah Makan Pondok Gurih.

Tabel 2. Jumlah Persediaan Bahan Baku Ikan Rumah Makan Pondok Gurih

No	Jenis Ikan	Jumlah Produksi (Kg/Bulan)
1	Ikan Patin	750
2	Ikan Baung	670
3	Ikan Gurami	650
4	Ikan Kakap	450
5	Ikan Kerapu	180

Sumber: Rumah Makan Pondok Gurih (2020)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa persediaan bahan baku ikan yang paling banyak adalah ikan patin sekitar 750 kg/bulan. Hal ini dikarenakan ikan patin merupakan jenis ikan yang paling banyak dimininati oleh konsumen, sehingga pihak rumah makan memproduksi lebih banyak. Rumah makan ini terletak di pusat kota yang berdekatan dengan lokasi perkantoran, sehingga banyak konsumen yang kerap seminggu sekali berkunjung karena mengaku sudah berlangganan dan sangat menyukai menu masakan di rumah makan ini, terutama asam pedas ikan patin. Harga yang ditawarkan untuk masakan berbahan utama ikan di rumah makan ini terbilang cukup mahal, termasuk juga harga dari asam pedas ikan patin. Tak heran jika pelanggan dari rumah makan ini rata-rata memiliki pendapatan yang cukup besar. Meskipun harganya cukup mahal, tetapi peminat menu asam pedas ikan patin di rumah makan ini tetap banyak karena kualitas produk yang ditawarkan juga menjadi pertimbangan dari para konsumen.

Kualitas asam pedas ikan patin yang disajikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Alfasiri (2019) mengenai pengaruh *experiential marketing* dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitiannya menunjukkan bahwa pemasaran, pengalaman, dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Kota Pekanbaru. Selanjutnya, terdapat hasil penelitian oleh Adelina (2013) mengenai pengaruh strategi *experiential marketing* terhadap loyalitas konsumen yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan dan positif antara strategi *experiential marketing* dan loyalitas konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih.

Willingness to pay (WTP) merupakan harga maksimum yang rela dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu manfaat baik berupa barang atau jasa, serta menjadikan tolak ukur seberapa besar calon konsumen menghargai barang atau jasa tersebut (Amelia, 2016). *Willingness to pay* merupakan nilai ekonomi yang diartikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang yang berkeinginan mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya (Kamal, 2014). Kesediaan untuk membayar (*willingness to pay*) bisa diartikan sebagai kesediaan masyarakat untuk menerima beban pembayaran, sesuai dengan besarnya jumlah yang sudah ditetapkan. Kesediaan membayar penting adanya untuk melindungi konsumen dari bahaya monopoli perusahaan yang berkaitan dengan harga serta penyediaan produk yang berkualitas (Grace, 2014).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar nilai kesediaan membayar (*willingness to pay*) konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin. Guna mengetahui nilai tersebut, maka digunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). Selanjutnya penelitian ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor apa aja yang mempengaruhi kesediaan membayar

konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin tersebut dengan menggunakan analisis data yaitu regresi logistik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru pada bulan tanggal Januari 2020 – Februari 2020 dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Creswell, 2012). Kemudian metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah pengamatan atau penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang baik terhadap suatu persoalan tertentu di dalam daerah atau lokasi tertentu (Daniel, 2015). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel *non probabilitas*, dimana pemilihan anggota populasi menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penulis menggunakan pertimbangan sendiri dengan cara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh penulis berdasarkan kriteria atau ciri-ciri tertentu (Sugiyono, 2011).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terstruktur, kemudian melalui penyebaran kuisioner dan melakukan observasi langsung di lapangan. Untuk menjawab tujuan satu digunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM) (Salma, 2012). Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis *Contingent Valuation Method* (CVM) dalam menentukan nilai kesediaan membayar seseorang, diantaranya adalah:

a. Membuat Pasar Hipotetis

Pada pasar hipotesis ini kita akan membuat sebuah gambaran alasan mengapa kita harus membayar lebih terhadap suatu produk tersebut. Penelitian ini menjelaskan bahwa sangat dianjurkan konsumen untuk mengonsumsi ikan patin karena kandungan gizi yang ada di dalamnya.

b. Mendapatkan Penawaran Besarnya Nilai WTP

Guna mendapatkan nilai WTP, peneliti melakukan wawancara terhadap responden melalui kuisioner. Nilai WTP tersebut ditentukan dengan metode *bidding game* (metode tawar-menawar yaitu responden mendapatkan tawaran dari nilai terkecil sampai besar). Maka diperoleh nilai WTP maksimum yang bersedia dibayar konsumen.

c. Memperkirakan Nilai Rata-rata WTP

Memperkirakan nilai rata-rata WTP dapat dilakukan dengan menggunakan nilai rata-rata dari penjumlahan keseluruhan nilai WTP dibagi dengan jumlah responden. Dugaan rata-rata WTP dihitung dengan rumus :

$$EWTP = \frac{wi}{n} \quad (1)$$

Keterangan:

$EWTP$ = Dugaan rata-rata WTP

wi = Nilai WTP ke- i

n = Jumlah responden

i = Responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

d. Menduga Kurva WTP

WTP diregresikan sebagai variabel tidak bebas (*dependent variable*) dengan beberapa variabel bebas.

$$W = f(X_1, X_2, \dots, X_n) \quad (2)$$

Keterangan:

W = Besarnya nilai WTP

X = Variabel bebas (faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya W)

e. Menjumlahkan Data

Guna menjumlahkan data nilai WTP dari responden dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$TWTP = WTP_i \left(\frac{n_i}{N} \right) \cdot P \quad (3)$$

Keterangan:

TWTP = Total WTP

WTP_i = WTP individu sampel ke-*i*

n_i = Jumlah sampel ke-*i* yang bersedia membayar sebesar WTP

N = Jumlah sampel

P = Jumlah populasi

i = Responden ke-*i* yang bersedia membayar (*i* = 1,2,..., n)

Guna menjawab tujuan dua dari penelitian, maka digunakan analisis regresi logistik melalui program SPSS. Fungsi dari regresi logistik adalah untuk melihat faktor-faktor apa saja yang secara signifikan berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen (Firdaus (2011)). Jika variabel dependen bersifat kategorik dan dummy, maka analisis data yang dipakai adalah regresi logistik. Berikut persamaan regresi logistik pada penelitian ini yaitu:

$$\log(Y) = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + \epsilon \quad (4)$$

Keterangan:

Y = WTP (0 = Tidak bersedia, 1 = Bersedia membayar lebih)

b₀ = Konstanta regresi

b_{1,2,3,4,...} = Koefisien regresi usia, jenis kelamin, pendapatan, kualitas produk, kualitas pelayanan, pekerjaan, pendidikan.

X₁ = Usia

X₂ = Jenis Kelamin

X₃ = Pendapatan

X₄ = Kualitas Produk

X₅ = Kualitas Pelayanan

X₆ = Pekerjaan

X₇ = Pendidikan

e = Varians pengganggu

Guna memeriksa kebaikan suatu model maka dapat dilakukan pengujian statistik sebagai berikut:

1. Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik (Imaslikah, 2013).

2. Pengujian Parameter

Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah ada terdapat paling sedikit satu variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat (Imaslikah, 2013). Uji ini dilakukan dengan menggunakan uji wald (W).

3. Uji Rasio Odd

Rasio odd merupakan uji statistik yang berfungsi untuk melihat bagaimana rasio atau perbandingan peluang kejadian sukses dan tidak sukses dari peubah respon (Firdaus, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru

Seiring berjalannya waktu, bisnis kuliner kian berkembang semakin pesat di berbagai tempat, tak terkecuali di Kota Pekanbaru. Salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih yang merupakan rumah makan berskala menengah yang telah berkecimpung dalam bidangnya sejak tahun 1994. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Anton Basarah yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman No. 202. Rumah makan ini menganut konsep rumah makan tradisional dan memiliki nuansa melayu yang sangat kental. Hal ini terlihat dari suasana pondok yang bersih dengan bangunan yang didominasi oleh pondasi dari bambu dan terkenal dengan menu andalan khas melayu yaitu asam pedas ikan patin. Meskipun rumah makan ini terkenal dengan nuansa melayu yang kental, tetapi makanan yang disajikan merupakan masakan nusantara mulai dari masakan khas melayu, minang maupun jawa.

Rumah Makan Pondok Gurih ini memiliki halaman dan tempat parkir yang sangat luas. Rumah makan ini juga menawarkan tempat yang memiliki suasana yang tenang, nyaman, menyejukkan, dan juga menyenangkan. Rumah Makan Pondok Gurih dilengkapi fasilitas pendukung seperti arena bermain anak, ruangan khusus AC, musik, panggung pesta, dan musholla. Rumah Makan Pondok Gurih sengaja didesain untuk konsumen yang berkunjung dari dalam maupun luar kota. Tidak jarang banyak para pejabat pemerintahan yang selalu meluangkan waktunya untuk makan di restoran ini salah satunya yaitu Bapak H. Syamsuar dan Bapak Joko Widodo yang pernah singgah ke Pondok Gurih ini.

Karakteristik Demografi

Karakteristik demografi responden (jenis kelamin) dikategorikan menjadi laki-laki dan perempuan, kelompok usia mulai dari 18 tahun hingga lebih dari 35 tahun, tingkat pendidikan terakhir yang dikategorikan mulai dari tingkat SD, SMP, SMA, dan perguruan tinggi. Selanjutnya untuk

pekerjaan dikategorikan menjadi ibu rumah tangga, pelajar/mahasiswa, karyawan (swasta/negeri), dan wirausaha. Pendapatan responden dikategorikan mulai kurang dari Rp 1000.000 hingga lebih dari Rp 3.500.000.

Konsumen Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan beberapa perbedaan pada setiap karakteristik responden yang telah diukur. Responden pada penelitian ini didominasi oleh konsumen berjenis kelamin pria, kelompok usia >35 tahun, pendidikan terakhir perguruan tinggi, mempunyai penghasilan/pendapatan >Rp 3.500.000/bulan, memiliki pekerjaan sebagai karyawan negeri/swasta. Kesiapan membayar lebih responden terhadap asam pedas ikan patin dimulai dari harga Rp 85.000 sampai dengan Rp 150.000 dengan frekuensi pembelian produk asam pedas ikan patin adalah tidak menentu.

Menghitung Nilai WTP (*willingness to pay*) Konsumen terhadap Pembelian Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan data survei dari 100 responden yang telah dilakukan, terdapat 64 konsumen yang bersedia membayar lebih asam pedas ikan patin dan sebanyak 36 responden tidak bersedia membayar lebih dari Rp 84.000,00 dan memilih harga yang lebih rendah atau sama dengan harga yang ditawarkan. Para responden yang bersedia membayar lebih mengaku bahwa kesiapan mereka didasari atas pengetahuan yang mereka miliki dan juga mereka percaya bahwa mengonsumsi makan berbahan baku ikan yang diolah dengan rempah-rempah alami akan lebih mendatangkan banyak manfaat dibanding mengonsumsi makanan cepat saji atau *fast food*. Sedangkan ketidaksiapan para responden disebabkan belum munculnya kesadaran mereka untuk mengonsumsi makanan yang lebih sehat. Selain itu, ketidaksiapan konsumen juga dikarenakan mereka tidak mampu membayar dan responden belum mengetahui secara baik keunggulan atau manfaat yang didapat jika mengonsumsi daging ikan terutama ikan patin itu sendiri.

Guna mengetahui dugaan nilai rata-rata *willingness to pay* (EWTP) yaitu dapat dihitung berdasarkan data distribusi dari *willingness to pay* (WTP) responden dengan menggunakan rumus EWTP. Nilai tersebut dikelompokkan dan diurutkan mulai dari nilai yang terkecil sampai urutan yang terbesar. Hasil perhitungan (EWTP) terhadap pembelian asam pedas ikan patin pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3 yang menunjukkan bahwa rata-rata besar nilai kesiapan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin berdasarkan hasil rumus Rataan *Willingness to Pay* (EWTP) yaitu sebesar Rp 87.410. Harga ini lebih tinggi dari harga yang telah ditetapkan oleh pihak rumah makan yaitu Rp 84.000. Oleh karena itu, nilai rata-rata WTP tersebut menandakan adanya surplus konsumen, karena nilai WTP konsumen lebih besar dari besarnya nilai rata-rata WTP yaitu sebesar Rp 3.410. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Dhiska (2012) yang pada penelitian tersebut didapatkan hasil nilai rata-rata WTP untuk beras analog yaitu seharga Rp 22.610 per 800 gram. Harga ini tentunya lebih besar kalau dibandingkan dengan

harga yang telah ditetapkan oleh pihak Serambi Botani yaitu Rp 20.000 per 800 gram, sehingga dalam hal ini terdapat surplus konsumen yaitu Rp 2.610.

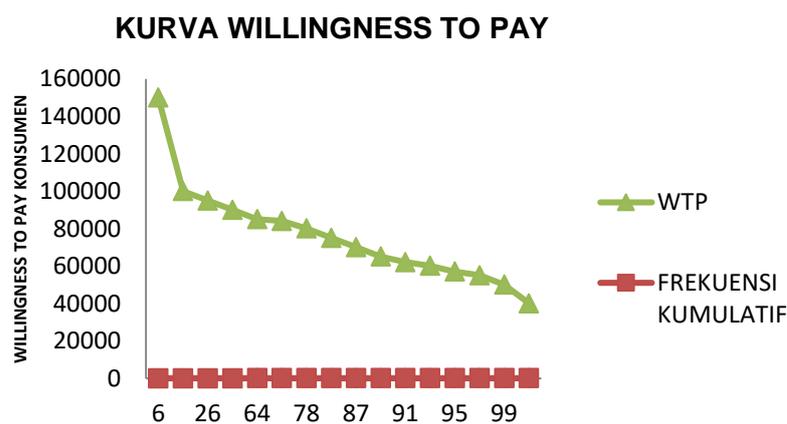
Tabel 3. Distribusi Rata-rata WTP

Kelas WTP Konsumen (Rp)	Frekuensi (Orang)	Frekuensi Kumulatif	Frekuensi Relatif (Pfi) %	EWTP (Rp)	Total WTP (Rp)
40.000	1	100	0,01	400	40.000
50.000	3	99	0,03	1.500	150.000
55.000	1	96	0,01	550	55.000
57.000	1	95	0,01	570	57.000
60.000	3	94	0,03	1.800	180.000
62.000	1	91	0,01	620	62.000
65.000	3	90	0,03	1.950	195.000
70.000	4	87	0,04	2.800	280.000
75.000	5	83	0,05	3.750	375.000
80.000	6	78	0,06	4.800	480.000
84.000	8	72	0,08	6.720	672.000
85.000	14	64	0,14	11.900	1.190.000
90.000	24	50	0,24	21.600	2.160.000
95.000	11	26	0,11	10.450	1.045.000
100.000	9	15	0,09	9.000	900.000
150.000	6	6	0,06	9.000	900.000
Total	100		1	87.410	8.741.000

Sumber: Hasil Data Olahan Primer (2020)

Kurva WTP

Guna membuat kurva kesediaan membayar konsumen, dibuat berdasarkan frekuensi kumulatif dari jumlah individu yang memilih suatu nilai *willingness to pay*. Nilai tersebut dapat kita lihat pada kurva (Gambar 1).



Gambar 1. Kurva Willingness to Pay Asam Pedas Ikan Patin

Sumber : Hasil Data Olahan Primer (2020)

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi nilai *willingness to pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang, yaitu semakin tinggi harga yang bersedia dibayarkan responden maka semakin kecil

jumlah responden yang bersedia membayar dengan harga tersebut. Kurva tersebut juga memperlihatkan bahwa nilai WTP yang paling dibayar konsumen adalah Rp 40.000 dan nilai WTP paling tinggi dibayar konsumen adalah Rp 150.000. Sebanyak 64 responden yang bersedia membayar diatas harga yang telah ditetapkan yaitu Rp 84.000. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2019) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kurva *willingness to pay* pembelian ayam goreng menunjukkan slope negatif, artinya semakin besar harga yang bersedia dibayarkan responden maka semakin kecil jumlah responden yang bersedia membayar dengan harga tersebut. Nilai WTP terendah adalah Rp 5.000 dan nilai WTP tertinggi adalah sebesar Rp 60.000.

Agregat Data (Total WTP)

Guna menentukan nilai agregasi WTP, didapatkan dari perkalian rata-rata antara nilai rata-rata WTP asam pedas ikan patin dengan jumlah responden yang bersedia membayar. Nilai agregasi WTP ini nantinya akan sangat berguna bagi pihak rumah makan karena dapat digunakan sebagai informasi mengenai nilai penjualan dengan nilai maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen terhadap produk asam pedas ikan patin. Nilai Agregasi WTP dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai Agregasi WTP

Nilai Rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin (Rp)	Jumlah Responden yang Bersedia	Nilai Agregasi (Rp)
87.410	64	5.594.240

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2020)

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui jumlah nilai agregasi WTP asam pedas ikan patin diperoleh Rp 5.594.000. Dari hasil perhitungan tersebut memungkinkan pihak rumah makan untuk melihat potensi harga yang dapat dikembangkan nanti berdasarkan dari penetapan nilai rata-rata WTP konsumen tersebut.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar Asam Pedas Ikan Patin

Guna menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesiediaan membayar terhadap pembelian asam pedas ikan patin di Rumah Makan Pondok Gurih dilakukan dengan menggunakan analisis regresi logistik.

Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk mengetahui variabel independen memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik.

Tabel 5. Hasil Uji *likelihood ratio*

<i>Omnibus Test of Model coefficient</i>		
Chi square	Df	Sig (<i>p-value</i>)
43,888	7	0,000

Sumber: Hasil Output Regresi Logistik (2020)

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui hasil dari pengujian yang telah dilakukan secara keseluruhan (*overall test*) dengan menggunakan *likelihood ratio*, maka diperoleh nilai *chi-square* sebesar 43,888 dengan tingkat *p-value* sebesar 0,000. Oleh karena itu, tingkat signifikansi yang diperoleh $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan kesediaan membayar yang telah dibuat maka terima H_1 dan tolak H_0 . Maka dapat disimpulkan bahwa sekurang-kurangnya terdapat satu variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuriana (2013) yang pada hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai *chi-square* pada model tersebut sebesar 29,898 dengan signifikansi 0,000.

Pengujian Parameter

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Wald (W). Hasil uji parsial dengan menggunakan uji wald ini dilakukan supaya mengetahui variabel-variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat secara parsial.

Tabel 6. Hasil Uji Wald

Variabel	B	S.E	Wald	Df	Sig	Simpulan
Usia	1,539	0,715	4,637	1	0,031*	Signifikan
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	1	0,841	Tidak signifikan
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	1	0,145	Tidak signifikan
Karyawan (swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	1	0,021*	Signifikan
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	1	0,030*	Signifikan
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	1	0,192	Tidak signifikan
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	1	0,009*	Signifikan
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	1	0,001*	Signifikan
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	1	0,022*	Signifikan
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	1	0,170	Tidak signifikan
Constant	-1,512	4,221	0,128	1	0,720	-

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2020)

Berdasarkan Tabel 6 nampak bahwa variabel usia memiliki nilai *wald* sebesar $4,637 > 4,087$ (*chi-square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,031 < \alpha$ (0,05). Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel usia memiliki berpengaruh dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Nilai *wald* dari variabel jenis kelamin sebesar $0,040 < 4,087$ (*chi-square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,841 > \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel jenis kelamin tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Daulay (2012) dan Radam *et al.* (2010) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa wanita lebih peduli terhadap kesehatan dibandingkan dengan pria pada saat ini.

Pada Tabel 6 ini menunjukkan bahwa variabel pekerjaan karyawan dan wirausaha tersebut memiliki nilai yang signifikan dan berpengaruh terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin. Oleh karena itu, variabel pekerjaan secara keseluruhan dianggap tidak memiliki

pengaruh terhadap pembelian asam pedas ikan patin dikarenakan masih adanya nilai variabel dari beberapa jenis pekerjaan yang masih tidak signifikan. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Ratulangi (2016) yang menunjukkan nilai variabel pekerjaan sebesar $0,002 < 7,325$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,962 > (0,05)$. Hal ini menyimpulkan bahwa variabel pekerjaan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar konsumen terhadap produk olahan durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor. Selanjutnya untuk variabel pendidikan memiliki nilai *wald* sebesar $6,838 > 4,087$ (*chi-square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,009 < \alpha$ (0,05). Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel pendidikan memiliki berpengaruh dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Dipeolu (2016) dan Rofiatin (2018) yang menjelaskan bahwa variabel tingkat pendidikan secara positif dan signifikan mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap produk organik.

Nilai *wald* dari variabel pendapatan sebesar $11,523 > 4,087$ (*chi-square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,001 < \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Sriwaranun *et al*. (2015) yang hasil penelitiannya tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kesediaan kesediaan membayar lebih konsumen dengan pendapatan rumah tangga konsumen. Selanjutnya nilai *wald* dari variabel kualitas produk sebesar $2,524 > 4,087$ (*chi-square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,022 < \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh AUFANADA (2017) yaitu menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,006$ ($p \text{ sig.} < \alpha$), hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara signifikan positif berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen produk sayuran organik.

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *wald* sebesar $1,882 < 4,087$ (*chi-square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,170 > \alpha$ (0,05), yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Agustina (2019) yang dalam penelitian tersebut menunjukkan nilai *wald* dari variabel kualitas pelayanan sebesar $2,247 < 5,029$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,134 > (0,05)$. Hal ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar terhadap pembelian ayam goreng di Warung Seafood 2000, Medan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan penjabaran di atas menunjukkan bahwa variabel usia, pendidikan, pendapatan, dan kualitas produk secara signifikan berpengaruh nyata terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Maka diperoleh persamaan regresi logistik sebagai berikut:

$$\text{Logit (y)} = -1,512 + 1,539\text{usia} - 2,033\text{pendidikan} + 3,056\text{pendapatan} + 1,375\text{kualitas produk}$$

Interpretasi rasio odd

Nilai rasio odd ini juga disediakan oleh tabel “*Variables in The Equation*” pada kolom Exp(B) berikut:

Tabel 7. *Variables in The Equation*

Variabel	B	S.E	Wald	Sig	Odds ratio Exp (B)
Usia	1,539	0,715	4,637	0,031*	4,659
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	0,841	0,942
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	0,145	0,076
Karyawan(swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	0,021*	0,011
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	0,030*	0,023
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	0,192	0,048
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	0,009*	0,131
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	0,001*	21,253
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	0,022*	3,954
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	0,170	0,867
Constant	-1,512	4,221	0,128	0,720	

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2020)

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilakukan interpretasi *Odds ratio* sebagai berikut:

1. Semakin bertambahnya usia konsumen maka kecenderungan kesediaan membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin menjadi 4,659 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Celona (2015) dengan nilai *odds rasion* variabel usia sebesar 0.892.
2. Kecenderungan seseorang yang berjenis kelamin laki-laki untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,942 kali lebih rendah jika dibandingkan seseorang yang berjenis kelamin perempuan. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Celona (2015) yang pada hasil penelitiannya menyebutkan bahwa nilai *odds ratio* pada variabel jenis kelamin yaitu sebesar 19.237.
3. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,076 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
4. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai karyawan swasta/negeri untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,011 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
5. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai wirausaha untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,023 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
6. Kecenderungan seseorang yang bekerja dengan pekerjaan lainnya untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,048 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan selain pekerjaan tersebut.
7. Semakin bertambahnya pendidikan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 0,131 kali lipat. Hal ini diperkuat oleh hasil

penelitian Sumarwan (2011) yang menyatakan bahwa konsumen yang memiliki pendidikan yang tinggi akan lebih tanggap terhadap suatu informasi dan hal ini akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen terhadap suatu produk.

8. Semakin bertambahnya pendapatan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 21,253 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian dari Christdavina (2013) dan Priambodo (2014) yang menyatakan jika semakin tinggi pendapatan atau penghasilan konsumen, maka semakin tinggi pula nilai WTPnya.
9. Semakin meningkatnya kualitas produk rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 3,954 kali lipat. Hasil tersebut mengkonfirmasi hasil penelitian yang dilakukan oleh AUFANADA (2017) dengan nilai *odds ratio* yaitu 2,345 kali lipat kecenderungan konsumen untuk bersedia membayar lebih besar dari harga yang telah ditetapkan.
10. Semakin meningkatnya kualitas pelayanan rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 0,867 kali lipat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Besarnya nilai yang bersedia dibayarkan konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin berdasarkan hasil rumus rata-rata *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp 87.410,00. Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin adalah variabel usia, pendapatan, pendidikan, dan kualitas produk. Besarnya nilai WTP konsumen adalah penting bagi pemilik usaha sebagai dasar pertimbangan dan bahan informasi untuk meningkatkan kualitas dan fasilitas terhadap permintaan konsumen.

Saran

Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru sudah memiliki kualitas produk yang baik. Oleh karena itu, sebaiknya terus dilakukan peningkatan terhadap kualitas produk agar kedepannya dapat meningkatkan *willingness to pay* (WTP) konsumen di rumah makan ini. Penelitian dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi WTP konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin juga dapat dikembangkan dengan menggunakan pengamatan yang lebih luas atau panjang, sehingga memiliki kekuatan data yang lebih baik untuk dibandingkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada pemilik (*owner*) Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru dan juga para karyawan yang telah mengizinkan, membantu, dan mendukung dalam penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. (2019). Analisis *Willingness to Pay More* Terhadap Pembelian Ayam Goreng di Warung Seafood 2000, Medan. Medan: Skripsi USU.
- Alfasiri. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, Pekanbaru: Skripsi UNRI.
- Adelina. (2013). Pengaruh Strategi *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, Pekanbaru: Skripsi UNRI.
- Aufanada, V. E. (2017). Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research* , 3(2).
- Celona, N. (2015). Analisis Kesiediaan Membayar Konsumen Beberapa Komoditi Sayuran Organik Giant Hypermarket, Kota Bogor. Bogor: IPB.
- Christdavina. (2013). Analisis *Willingness to Pay* Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Saran Bakti. Bogor: IPB.
- Creswell, J.(2012). *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daulay.(2012). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) *Mie Instant* Sayur di Serambi Botani. Bogor: IPB.
- Dhiska, A. S. (2012). Analisis Kesiediaan Membayar Beras Analog di Serambi Botani. Skripsi. Bogor: IPB.
- Dipeolu, A. O. (2016). *Factors influencing Willingness to Pay for Organic Vegetables among Civil Servants in a Developing Country*. Nigeria: International Journal of Vegetable Science. Departement of agriculture economics and farm management, federal university of agriculture, Abeokuta.
- Firdaus, M., & Farid, M. A. (2011). Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih untuk Manajemen dan Bisnis. Bogor: IPB Press.
- Hamzaoui, L., & Zahaf, M. (2012). *Canadian Organic Food Consumers Profile and Their Willingness to Pay Premium Prices*. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing* , 24(1): 1-21.
- Imaslihkah, S. M. (2013). Analisis Regresi Logistik Ordinal Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Predikat Kelulusan Mahasiswa S1 di ITS Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni POMITS* , 2(2): 177-182.
- Kamal, M. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Pengguna Trans Jogja. Yogyakarta: Skripsi UMY.
- Khairuman, S. (2011). *Budidaya Patin Super*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Nuriana, W. D. (2013). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Wardah pada Dua Lokasi Penjualan di Bogor*. <https://doi.org/10.1136/bmj.37938.645220.EE> .
- Priambodo, L. (2014). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Sayur Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. *Jurnal IPB* , 5(1): 5-12.
- Radam, A. Y. (2010). *Consumer's Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay toward Food Products with "No Added MSG" Labelling*. *International Journal of Marketing Studies* .
- Ratulangi. (2016). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Produk Olahan Durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor*. Bogor: Pascasarjana IPB.
- Rofiatin, d. (2018). Pola WTP dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terhadap Pilihan Sayuran Organik dan Anorganik Masyarakat Kota Malang. Malang: Universitas Tribhuwana Tungga Dewi.
- Salma, & Indah. (2012). Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Dinamika Pembangunan* , 1(2): 153-165.

- Sarwono, J. (2011). *Mixed Method*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sriwaranun, Y. C. (2015). Consumer's Willingness to Pay for Organic Products in Thailand. *International Journal of Social Economics* , 42(5): 480-510.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.