

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR KONSUMEN TERHADAP BERAS LOKAL
DI KOTA BENGKULU*****ANALYSIS OF CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR LOCAL RICE
IN BENGKULU CITY*****M. Rifqi Hasani^{1*}, Apri Andani², Indra Cahyadinata³, Astrina Yulianti⁴**

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Bengkulu, Jl. WR. Supratman, Kelurahan Kandang Limun. Kecamatan Muara Bangka Hulu. Kota Bengkulu, Bengkulu 38371, Indonesia, ⁴Badan Riset dan Inovasi Nasional

*E-mail: mrifqihasani0@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi karakteristik konsumen beras lokal di Kota Bengkulu (2) menganalisis *willingness to pay* beras lokal di Kota Bengkulu dan (3) apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap beras lokal di Kota Bengkulu. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Panorama, Pasar Pagar Dewa, dan Pasar Minggu. Sampel penelitian berjumlah 96 responden. Metode analisis menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif dengan regresi logistik multinomial. Hasil penelitian didominasi oleh perempuan, dengan sebaran usia 37–53 tahun, mayoritas berpendidikan perguruan tinggi dan berpendapatan Rp 1.000.000–Rp 2.333.333, rata-rata memiliki jumlah anggota keluarga 4–5 orang, sebagian besar anggota keluarga konsumen terlibat dalam keputusan pembelian, serta didominasi bekerja sebagai wiraswasta. Variabel jenis kelamin (X1), tingkat pendidikan (X3), keterlibatan anggota keluarga (X6), dan pekerjaan (X7) memiliki pengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar.

Kata Kunci: Beras Lokal, Kesediaan Membayar, Regresi Logistik Multinomial

ABSTRACT

This study aims to (1) identify the characteristics of local rice consumers in Bengkulu City, (2) analyze the willingness to pay for local rice in Bengkulu City, and (3) determine the factors influencing consumers' willingness to pay for local rice in Bengkulu City. The research was conducted at Panorama Market, Pagar Dewa Market, and Minggu Market, with a total sample of 96 respondents. The analysis methods used were descriptive and quantitative analysis with multinomial logistic regression. The study results show that most consumers are women, aged between 37 and 53 years, with the majority having higher education and an income ranging from Rp 1,000,000 to Rp 2,333,333. On average, they have 4–5 family members, most of whom are involved in purchase decisions, and the majority work as entrepreneurs. The variables of gender (X1), education level (X3), family involvement (X6), and occupation (X7) significantly influence willingness to pay.

Keywords: Local Rice, Multinomial Logistic Regression, Willingness to Pay

PENDAHULUAN

Beras merupakan komoditas pangan utama di Indonesia yang memiliki peran penting dalam ketahanan pangan nasional. Sebanyak 98,35% penduduk Indonesia mengandalkan beras. Meskipun produksi beras nasional mencukupi, distribusi yang tidak merata dan ketergantungan terhadap

beras dari luar daerah masih menjadi tantangan bagi beberapa wilayah, termasuk Kota Bengkulu (Sarina & Hermawati, 2018).

Kota Bengkulu menghadapi kendala dalam pemenuhan kebutuhan beras akibat

keterbatasan produksi lokal dan tingginya permintaan. Salah satu solusi yaitu dengan meningkatkan produksi dan konsumsi beras lokal (Sarina & Hermawati, 2018).

Beras lokal merupakan produk yang berasal dari daerah setempat dan umumnya belum memiliki merek dagang yang kuat. Rendahnya daya saing dan kurangnya branding membuat beras lokal kurang diminati di pasaran (Suryani et al., 2016).

Jenis-jenis beras yang beredar di Kota Bengkulu, yaitu IR 64 beras lokal Lampung (Medium), beras lokal Bengkulu (Medium), beras Manggis Manis (Premium), beras Kembang Kol (Premium), beras Termurah (Medium), dan beras cap Bulog/Dolog. Beberapa jenis beras lokal Bengkulu berasal dari Kabupaten Kaur (beras Seginim), Kabupaten Lebong (beras Lebong), dan Kabupaten Rejang Lebong (beras Talang Benih). Sebagian besar beras lokal ini masih belum memiliki merek, kecuali beberapa di antaranya seperti beras cap Miki dari Kabupaten Mukomuko (Putra et al., 2023).

Beras Seginim menjadi pilihan utama di antara jenis beras lokal lainnya bagi masyarakat di Kota Bengkulu. Beras ini banyak dijumpai di kios-kios pasar tradisional dan memiliki karakteristik yang disukai konsumen. Namun, beras Seginim masih menghadapi tantangan dalam hal pemasaran, branding, serta daya saing dengan beras bermerek lainnya (Putra et al., 2023).

Rendahnya daya saing beras lokal dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap nilai produk tersebut (Mubarok et al., 2021). Faktor-faktor seperti harga, kualitas, dan merek memiliki dampak signifikan dalam kesediaan membayar konsumen (Antriyandarti et al., 2023). Salah satu metode yang dapat digunakan untuk memahami nilai ekonomi dari beras lokal adalah melalui konsep *willingness to pay* (WTP), yang menggambarkan kesediaan konsumen dalam membayar suatu produk berdasarkan atribut-atribut

yang mereka anggap penting (Widiastuti et al., 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Priambodo (2016), Rahmadhani (2017), Hidayati (2018), Wijaksono (2016), dan Margareta (2017) menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* konsumen mencakup jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, serta keterlibatan anggota keluarga dalam pengambilan keputusan.

Beras bermerek umumnya lebih diminati karena memiliki kemasan yang menarik, jaminan kualitas, serta harga yang kompetitif di pasaran. Akibatnya, beras lokal seperti beras Seginim masih kurang populer di kalangan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengidentifikasi karakteristik konsumen beras lokal di Kota Bengkulu, (2) Menganalisis *willingness to pay* beras lokal di Kota Bengkulu, dan (3) Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap beras lokal di Kota Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di tiga lokasi yaitu di Pasar Panorama (Kecamatan Singgaran Pati), Pasar Pagar Dewa (Kecamatan Selebar), dan Pasar Minggu (Kecamatan Ratu Samban) Kota Bengkulu. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan mempertimbangkan bahwa ketiga pasar tersebut merupakan pasar-pasar terbesar di Kota Bengkulu. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan November-Desember 2024.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data primer melalui observasi, wawancara, dan penggunaan kuesioner dengan responden (konsumen beras), sedangkan data sekunder tersedia dari sejumlah

sumber termasuk situs web, jurnal, makalah, dan Badan Pusat Statistik (BPS).

Teknik Penarikan Sampel

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli secara langsung beras lokal pada kios-kios penjual beras. Metode penarikan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Kriteria responden penelitian ini yaitu responden telah berumur lebih atau sama dengan 18 tahun dan pernah membeli produk beras lokal minimal satu kali pembelian. Penetapan usia 18 tahun karena dinilai responden telah cukup dewasa dan mampu dalam membuat keputusan pembelian produk (Hasbi et al., 2021). Karena jumlah populasi sampel penelitian tidak diketahui secara pasti, maka perhitungan sampel menggunakan rumus *Virtucio*, yang memiliki rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2(p(1-p))}{(MOE)^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = peluang = 0,5

MOE = batas toleransi kesalahan = 10%

Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 96 responden berdasarkan rumus *Virtucio* dan batas kesalahan toleransi sebesar 10% (Marbun et al., 2015).

Rancangan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Terdapat tiga atribut produk pada penelitian ini yaitu harga, kualitas, dan merek sehingga menghasilkan tiga kondisi (alternatif pilihan) dimana (1) Konsumen memiliki keinginan untuk membeli beras lokal pada harga yang sama dan kualitas yang sama dengan beras bermerek lainnya yang ada di pasaran (2) Konsumen memiliki keinginan untuk membeli beras lokal pada harga yang lebih rendah meskipun kualitas yang lebih

rendah dari beras bermerek lainnya yang ada di pasaran (3) Konsumen memiliki keinginan untuk membeli beras lokal pada harga yang lebih tinggi dengan kualitas yang lebih baik dari beras bermerek lainnya yang ada di pasaran.

Tabel 1. Kumpulan pilihan

Atribut	1	2	3
Harga	Sama	Lebih murah	Lebih mahal
Kualitas	Sama	Tidak lebih baik	Lebih baik
Merek	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada

Metode analisis menggunakan regresi logistik multinomial dengan program *SPSS 26*. Uji kesesuaian model menggunakan uji *goodness of fit*, uji parsial menggunakan uji *Wald*, dan uji serentak menggunakan uji G dengan *Likelihood Ratio Test* (Ahmad Fahrezi & Uuh Sukaesih, 2023). Bentuk umum persamaan regresi logistik multinomial dinyatakan dalam persamaan berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + \epsilon_i$$

Keterangan:

Y = Kesiediaan membayar (Pilihan 1,2,3)

β_0 = Konstanta

$\beta_1 + \beta_2 + \beta_3 \dots \beta_7$ = Koefisien regresi

X1 = Jenis kelamin

X2 = Usia (Thn)

X3 = Tingkat pendidikan

X4 = Pendapatan (Rp/Bln)

X5 = Jumlah anggota keluarga (Jiwa)

X6 = Keterlibatan anggota keluarga

X7 = Pekerjaan

ϵ = Batas toleransi kesalahan (%)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Hasil penelitian menunjukkan adanya kecenderungan tertentu dalam karakteristik konsumen beras lokal. Karakteristik yang dimiliki oleh konsumen tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Sebaran Karakteristik Responden Konsumen Beras Lokal

Karakteristik		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis kelamin	Perempuan	76	79,17
	Laki-laki	20	20,83
Usia	20–36	39	40,63
	37–53	50	52,08
	54–70	7	7,29
Tingkat pendidikan	SD	4	4,17
	SMP	2	2,08
	SMA/SMK	39	40,62
	Perguruan Tinggi (S1/S2/S3)	51	53,13
Pendapatan	Rp 1.000.000–Rp 2.333.333	37	56,92
	Rp 2.333.334–Rp 3.666.667	24	36,93
	Rp 3.666.668–Rp 5.000.000	4	6,15
Jumlah anggota keluarga	2–3	31	32,29
	4–5	54	56,25
Keterlibatan anggota keluarga	6–7	11	11,46
	Ya	65	67,71
Pekerjaan	Tidak	31	32,29
	Bekerja:		
	a. Wiraswasta	35	36,46
	b. Pegawai negeri	19	19,79
	c. Pegawai swasta	8	8,33
	d. Petani	3	3,13
	Tidak Bekerja:		
a. Ibu rumah tangga	29	30,21	
b. Pelajar	2	2,08	

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil olah data penelitian pada tabel 2 menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen beras lokal adalah perempuan, hal ini menunjukkan bahwa faktor keterlibatan mereka dalam pengelolaan pangan rumah tangga memiliki peran krusial dalam preferensi dan pola pembelian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Azizi (2017), yang menyatakan bahwa perempuan mendominasi dalam keputusan konsumsi rumah tangga.

Kelompok usia terbanyak adalah 37-53 tahun, hal ini mengindikasikan bahwa dominasi preferensi terhadap beras lokal cenderung meningkat seiring dengan kesadaran akan pola konsumsi terhadap produk berkualitas. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Lestari (2023), yang menegaskan bahwa konsumen dewasa

lebih memilih beras lokal karena dinilai lebih sehat dan berkualitas.

Kebanyakan konsumen memiliki tingkat pendidikan akhir perguruan tinggi (S1/S2/S3), ini menunjukkan bahwa kelompok berpendidikan tinggi cenderung lebih selektif dalam memilih produk pangan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Wedayani (2023), yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin baik pemahaman mengenai manfaat beras lokal.

Pendapatan konsumen yang bekerja berada pada kisaran Rp 1.000.000–Rp 2.333.333, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen beras lokal berasal dari kelompok ekonomi yang cenderung mempertimbangkan aspek harga dalam keputusan pembelian. Hal ini sejalan

dengan hasil penelitian Rizal (2024), yang menyatakan bahwa beras lokal lebih diminati oleh masyarakat berpenghasilan rendah hingga menengah.

Konsumen paling banyak memiliki jumlah anggota keluarga dengan rentang 4–5 orang, hal ini menunjukkan bahwa rumah tangga dengan jumlah anggota lebih besar cenderung mencari keseimbangan antara harga dan jumlah pembelian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Maudzotuzzulfa (2019), yang menyatakan bahwa semakin banyak anggota keluarga, konsumen lebih cenderung memilih beras yang lebih ekonomis.

Mayoritas anggota keluarga terlibat dalam pengambilan keputusan pembelian, hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian beras lokal sering kali merupakan hasil diskusi bersama dalam rumah tangga. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Eliza (2017), yang menyatakan bahwa semakin banyak anggota keluarga yang terlibat, semakin besar kemungkinan mereka memilih beras lokal.

Mayoritas konsumen bekerja sebagai wiraswasta, hal ini menunjukkan bahwa konsumen dengan fleksibilitas pengelolaan keuangan rumah tangga, seperti wiraswasta lebih cenderung memilih beras lokal karena dianggap lebih stabil dalam harga dan mudah diakses di pasar. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rizal (2024), yang menyatakan bahwa pekerjaan dan pendapatan mempengaruhi preferensi terhadap beras lokal.

Willingness to Pay Beras Lokal di Kota Bengkulu

Willingness to Pay merupakan kesediaan atau kemampuan individu untuk membayar suatu produk (Schmidt & Bijmolt, 2020). Berikut merupakan kesediaan membayar konsumen terhadap beras lokal.

Tabel 3. Kesediaan Membayar Lebih Terhadap Beras Lokal

Kesediaan Membayar	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Ya	87	90,63
Tidak	9	9,38

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil olah data penelitian pada tabel 3 menunjukkan bahwa konsumen memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap beras lokal. Kesediaan membayar lebih ini mencerminkan persepsi bahwa beras lokal memiliki nilai lebih dibandingkan beras bermerek lainnya. Di sisi lain hanya sebagian kecil konsumen yang tidak bersedia membayar lebih. Hal ini juga diperkuat oleh Damayanti (2018), yang menemukan bahwa kesadaran terhadap produk lokal serta loyalitas terhadap produk domestik berpengaruh terhadap tingkat WTP.

Tabel 4. Nilai Rataan dan Persentase Perubahan Harga Beras Lokal

Estimasi Rata-rata WTP (Rp)	Harga Awal Produk (Rp)	Persentase Perubahan Harga (%)
21.958	20.000	8,92

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil olah data penelitian pada tabel 4 menunjukkan bahwa estimasi rata-rata harga tertinggi yang bersedia dibayarkan oleh konsumen sebesar Rp. 21.958, mengalami peningkatan harga sebesar 8,92% dari harga sebelumnya. Mayoritas konsumen bersedia membayar lebih beras lokal pada harga Rp. 21.000 dan nilai tertinggi yang bersedia dibayarkan untuk beras lokal yaitu senilai Rp. 25.000. Adapun konsumen beras lokal memilih harga Rp. 19.000 sebagai harga minimum yang merupakan harga yang lebih rendah dari harga awal. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen menunjukkan kesediaan membayar lebih untuk beras lokal, meskipun masih terdapat segmen yang mempertimbangkan faktor harga

dalam keputusan pembelian. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hidayati (2018), yang menyatakan bahwa faktor-faktor seperti kondisi ekonomi pelanggan, demografi, dan loyalitas mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap beras lokal.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesediaan Membayar Konsumen Uji Kesesuaian Model

Analisis regresi logistik multinomial memerlukan pengujian kesesuaian model. Tujuan pengujian ini adalah memastikan model sesuai dengan data yang tersedia (fit) (Asriani et al., 2024).

Tabel 5. Uji Kesesuaian Model

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	164.549	164	.473
Deviance	105.020	164	1.000

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil olah data penelitian pada tabel 5 menunjukkan bahwa uji Deviance menghasilkan *p-value* sebesar 1.000, lebih besar dari α (0,05), sehingga H_0 diterima.

Tabel 6. Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Test		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	Df	Sig.
Intercept Only	149.667			
Final	105.020	44.647	26	.013

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil Hasil olah data pada Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *-2 Log Likelihood* mengalami penurunan dari 149.667 pada model *Intercept Only* menjadi 105.020 pada *Final Model*. Penurunan ini mengindikasikan bahwa model mengalami peningkatan kecocokan atau *goodness of fit* setelah penambahan variabel-variabel independen. Artinya, model dengan variabel independen memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan variasi data dibandingkan model yang hanya mengandalkan konstanta (*intercept*). Dalam konteks regresi logistik, semakin rendah nilai *-2 Log Likelihood*, maka semakin baik model tersebut dalam

Ini menunjukkan bahwa model yang diperoleh memiliki kecocokan (fit). Nilai *R-square* sebesar 47,1% mengindikasikan bahwa variabel seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, keterlibatan anggota keluarga, dan pekerjaan mampu menjelaskan 47,1% variasi dalam kesediaan membayar konsumen terhadap beras lokal. Sisanya, 52,9%, dipengaruhi oleh faktor lain di luar model (Zahroh et al., 2018).

Uji Serentak

Uji serentak digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel penjelas (independen) dalam model memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel respon (dependen) jika diuji secara bersamaan dalam satu model. Dalam konteks regresi logistik multinomial, uji serentak biasanya dilakukan melalui *Likelihood Ratio Test* yang membandingkan model penuh (dengan semua variabel independen) dengan model kosong (yang hanya berisi *intercept*) (Arthadian & Ardianti, 2016)

memprediksi kemungkinan kejadian. Selanjutnya, nilai *Chi-Square* sebesar 44.647 dengan derajat kebebasan (df) sebanyak 26 dan tingkat signifikansi sebesar 0.013 (< 0.05) menunjukkan bahwa perbedaan antara model *Intercept Only* dan *Final Model* bersifat signifikan secara statistik. Ini berarti bahwa penambahan variabel independen secara keseluruhan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan kata lain, *Final Model* lebih tepat digunakan dibandingkan model awal karena secara statistik terbukti memiliki kecocokan yang lebih baik terhadap data. Oleh karena itu, berdasarkan hasil

pengujian ini, model yang dihasilkan dinyatakan layak untuk dianalisis lebih lanjut. Temuan ini sejalan dengan pendapat Damayanti (2018), yang menyatakan bahwa uji penurunan nilai $-2 \text{ Log Likelihood}$ dan pengujian signifikansi Chi-Square merupakan indikator penting untuk menilai kelayakan dan kualitas model regresi logistik.

Pengujian ini dilakukan untuk memeriksa kemaknaan koefisien β secara parsial. Artinya, setiap variabel independen diuji satu per satu untuk mengetahui apakah variabel tersebut secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi logistik multinomial yang mengukur sejauh mana nilai koefisien β berbeda secara signifikan dari nol (Aritonang et al., 2023)

Uji Parsial

Tabel 7. Estimasi Parameter

Pilihan	Peubah Prediktor	B	Std Error	Wald	Sig	Exp (B)
Harga lebih murah, kualitas tidak lebih baik, merek tidak ada	Konstanta	-17.079	2.382	51.405	.000	
	Jenis kelamin (X1) [1]	2.356	1.483	2.523	.112	10.544
	Jenis kelamin (X1) [2]	0 ^b
	Usia (X2)	-.015	.053	.079	.779	.985
	Tingkat Pendidikan (X3) [1]	-.193	1.592	.015	.904	.825
	Tingkat Pendidikan (X3) [2]	-19.265	.000	.	.*	4.298E-9
	Tingkat Pendidikan (X3) [3]	.084	1.090	.006	.939	1.087
	Tingkat Pendidikan (X3) [4]	0 ^b
	Pendapatan (X4)	.000	.000	.286	.593	1.000
	Jumlah anggota keluarga (X5)	-.047	.468	.010	.920	.954
	Keterlibatan anggota keluarga (X6) [1]	-3.617	1.291	.7.850	.005*	.027
	Keterlibatan anggota keluarga (X6) [2]	0 ^b
	Pekerjaan (X7) [1]	18.564	1.988	87.229	.000*	115398999.864
	Pekerjaan (X7) [2]	16.911	2.038	68.841	.000*	22089075.794
	Pekerjaan (X7) [3]	18.582	2.106	77.859	.000*	117497750.653
	Pekerjaan (X7) [4]	-.739	8125.909	.000	1.000	.478
Pekerjaan (X7) [5]	16.893	000	.	.*	21694758.831	
Pekerjaan (X7) [6]	0 ^b	
Harga lebih mahal, kualitas lebih baik, merek tidak ada	Konstanta	-20.442	1.820	126.095	.000	
	Jenis kelamin (X1) [1]	2.855	1.000	8.155	.004*	17.377
	Jenis kelamin (X1) [2]	0 ^b
	Usia (X2)	.039	.036	1.154	.283	1.039
	Tingkat Pendidikan (X3) [1]	-18.553	5704.484	.000	.997	8.762E-9
	Tingkat Pendidikan (X3) [2]	-18.194	8293.839	.000	.998	1.255E-8
Tingkat Pendidikan (X3) [3]	-.815	.776	1.100	.294	.443	

Tingkat Pendidikan (X3) [4]	0 ^b
Pendapatan (X4)	.000	.000	1.305	.253	1.000
Jumlah anggota keluarga (X5)	.203	.325	.387	.534	1.224
Keterlibatan anggota keluarga (X6) [1]	-1.272	.775	2.697	.101	.280
Keterlibatan anggota keluarga (X6) [2]	0 ^b
Pekerjaan (X7) [1]	15.355	1.765	75.674	.000*	4660118.139
Pekerjaan (X7) [2]	14.419	1.885	58.539	.000*	1828397.085
Pekerjaan (X7) [3]	-1.900	4018.752	.000	1.000	.149
Pekerjaan (X7) [4]	13.975	2.559	29.822	.000*	1172552.101
Pekerjaan (X7) [5]	18.403	.000	.	.*	98262845.972
Pekerjaan (X7) [6]	0 ^b

Sumber: Data primer diolah, 2025

Ket: *) berpengaruh secara signifikan pada taraf kesalahan (α) 5%

Hasil olah data penelitian pada tabel 7 menunjukkan bahwa hasil pendugaan paramater terbentuk dua persamaan regresi logistik multinomial dengan pilihan 1 (Harga sama, kualitas sama, merek tidak ada) sebagai kategori pembanding dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y_{\text{Pilihan 2}} = -17.079 + 2.356X_{1,1} - 0.015X_2 - 0.193X_{3,1} - 19.265X_{3,2} + 0.084X_{3,3} + 0.000X_4 - 0.047X_5 - 3.617X_{6,1} + 18.564X_{7,1} + 16.911X_{7,2} + 18.582X_{7,3} - 0.739X_{7,4} + 16.893X_{7,5}$$

$$Y_{\text{Pilihan 3}} = -20.442 + 2.855X_{1,1} + 0.039X_2 - 18.553X_{3,1} - 18.194X_{3,2} - 0.815X_{3,3} + 0.000X_4 + 0.203X_5 - 1.272X_{6,1} + 15.355X_{7,1} + 14.419X_{7,2} - 1.900X_{7,3} + 13.975X_{7,4} + 18.403X_{7,5}$$

Keterangan:

$Y_{\text{Pilihan 2}}$ = Fungsi logit 1 (Fungsi logit dengan kecenderungan status pilihan 2 dengan pilihan 1 sebagai pembanding)

$Y_{\text{Pilihan 3}}$ = Fungsi logit 2 (Fungsi logit dengan kecenderungan status pilihan 3 dengan pilihan 1 sebagai pembanding)

$X_{1,1}$ = Jenis kelamin (Laki-laki)

X_2 = Usia

$X_{3,1}$ = Tingkat pendidikan (SD)

$X_{3,2}$ = Tingkat pendidikan (SMP)

$X_{3.3}$ = Tingkat pendidikan (SMA/SMK)

X_4 = Pendapatan

X_5 = Jumlah anggota keluarga

$X_{6.1}$ = Keterlibatan anggota keluarga (Terlibat)

$X_{7.1}$ = Pekerjaan wiraswasta

$X_{7.2}$ = Pekerjaan pegawai negeri

$X_{7.3}$ = Pekerjaan pegawai swasta

$X_{7.4}$ = Pekerjaan petani

$X_{7.5}$ = Pekerjaan ibu rumah tangga

Fungsi logit satu variabel penjas yang berpengaruh signifikan mencakup tingkat pendidikan (X_3), keterlibatan anggota keluarga (X_6), dan pekerjaan (X_7). Sementara itu, pada fungsi logit dua variabel penjas yang berpengaruh signifikan adalah jenis kelamin (X_1) dan pekerjaan (X_7).

Koefisien regresi (B) dalam fungsi logit satu dapat ditemukan pada tabel 7, khususnya pada variabel penjas yang memiliki pengaruh signifikan. Variabel tingkat pendidikan (SMP) dan keterlibatan anggota keluarga (terlibat) menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan terhadap kecenderungan memilih pilihan kedua. Sebaliknya, variabel pekerjaan, termasuk wiraswasta, pegawai negeri, pegawai swasta, dan ibu rumah tangga, berpengaruh positif secara signifikan terhadap kecenderungan tersebut.

Variabel tingkat pendidikan (SMP) memiliki koefisien regresi sebesar -19.265, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi pendidikan konsumen yang mencapai tingkat SMP, semakin kecil kecenderungan untuk memilih pilihan kedua, yaitu menurun sebesar 19.265. Dengan kata lain, konsumen dengan tingkat pendidikan SMP memiliki kemungkinan lebih rendah dalam memilih pilihan kedua dibandingkan dengan mereka yang memiliki tingkat pendidikan berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen dengan pendidikan SMP masih mempertimbangkan harga dalam keputusan pembelian, mereka mulai menyadari pentingnya faktor kualitas dan merek dalam memilih beras lokal. Hasil ini mendukung temuan Husaini (2020) yang menyatakan

bahwa pendidikan mempengaruhi cara berpikir, sudut pandang, serta persepsi konsumen terhadap suatu produk.

Variabel keterlibatan anggota keluarga (terlibat) memiliki koefisien regresi sebesar -3.617, yang berarti semakin tinggi keterlibatan anggota keluarga dalam pengambilan keputusan, semakin rendah kecenderungan konsumen untuk memilih pilihan kedua, yakni menurun sebesar 3.617. Dengan kata lain, ketika anggota keluarga lebih banyak terlibat, konsumen menjadi lebih kecil kemungkinannya untuk memilih pilihan kedua. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian yang melibatkan lebih banyak anggota keluarga cenderung mempertimbangkan aspek kualitas dan merek dibandingkan sekedar harga, karena adanya berbagai preferensi dan pengalaman yang mempengaruhi pilihan akhir. Hal ini sejalan dengan penelitian Helmi (2017), yang menegaskan bahwa anggota keluarga memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian, seperti pemberi pengaruh, pengambil keputusan, pembeli, dan pengguna. Semakin besar keterlibatan dalam peran-peran tersebut, semakin kuat dampaknya terhadap keputusan pembelian.

Variabel pekerjaan, yang meliputi wiraswasta, pegawai negeri, pegawai swasta, dan ibu rumah tangga, menunjukkan pengaruh yang beragam terhadap kecenderungan memilih pilihan kedua. Hasil regresi menunjukkan bahwa keterlibatan dalam pekerjaan wiraswasta meningkatkan kecenderungan memilih pilihan kedua sebesar 18.564. Demikian pula, pegawai negeri memiliki kecenderungan lebih tinggi dengan nilai koefisien regresi sebesar 16.911. Pegawai swasta menunjukkan peningkatan kecenderungan sebesar 18.582, sedangkan ibu rumah tangga mengalami peningkatan sebesar 16.893. Artinya, setiap kategori pekerjaan memiliki dampak terhadap keputusan konsumen, dengan wiraswasta dan pegawai swasta memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan pegawai negeri

dan ibu rumah tangga. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok wiraswasta dan pegawai swasta, yang cenderung memiliki penghasilan variatif, lebih mempertimbangkan harga dibandingkan kualitas dan merek dalam keputusan pembelian beras lokal. Temuan ini sesuai dengan penelitian Simarmata (2019), yang menyatakan bahwa pekerjaan merupakan faktor utama yang mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian, karena berhubungan dengan tingkat pendapatan dan pola konsumsi rumah tangga.

Koefisien regresi (B) dalam fungsi logit dua juga dapat ditemukan pada tabel 7, terutama pada variabel yang berpengaruh signifikan. Jenis kelamin laki-laki, serta pekerjaan seperti wiraswasta, pegawai negeri, petani, dan ibu rumah tangga, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kecenderungan memilih pilihan kedua.

Variabel jenis kelamin (laki-laki) memiliki koefisien regresi sebesar 2.855, yang berarti semakin tinggi keterlibatan individu berjenis kelamin laki-laki, semakin besar kecenderungan untuk memilih pilihan ketiga, yakni meningkat sebesar 2.855. Dengan kata lain, konsumen laki-laki lebih cenderung memilih pilihan ketiga dibandingkan perempuan. Hal ini mengindikasikan bahwa laki-laki lebih berorientasi pada kualitas daripada harga yang dapat dikaitkan dengan preferensi mereka terhadap produk yang dianggap memiliki nilai lebih tinggi. Hasil ini mendukung penelitian Hidayah (2023), yang menemukan adanya perbedaan perilaku dalam pembelian produk ramah lingkungan antara laki-laki dan perempuan. Studi tersebut mengungkap bahwa perempuan memiliki kepedulian lingkungan lebih tinggi, yang berpengaruh terhadap preferensi mereka dalam memilih produk.

Variabel pekerjaan termasuk kategori wiraswasta, pegawai negeri, petani, dan ibu rumah tangga, juga menunjukkan pengaruh terhadap kecenderungan memilih pilihan

ketiga. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa individu yang bekerja sebagai wiraswasta mengalami peningkatan kecenderungan memilih pilihan ketiga sebesar 15.355. Sementara itu, pegawai negeri memiliki peningkatan sebesar 14.419, petani sebesar 13.975, dan ibu rumah tangga sebesar 18.403. Artinya, setiap kategori pekerjaan memberikan dampak positif terhadap kecenderungan individu dalam memilih pilihan ketiga, dengan ibu rumah tangga memiliki pengaruh paling tinggi dibandingkan kategori lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa ibu rumah tangga, meskipun tidak memiliki pendapatan tetap, cenderung lebih selektif dalam memilih produk dengan kualitas lebih baik, kemungkinan karena peran mereka dalam memastikan kebutuhan keluarga terpenuhi dengan baik. Hasil ini selaras dengan penelitian Damayanti (2018), yang menyatakan bahwa profesi seseorang mempengaruhi preferensi serta perilaku konsumen dalam kesediaan membayar suatu produk.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian adalah karakteristik responden dari penelitian ini yaitu konsumen beras lokal didominasi oleh perempuan, dengan sebaran usia 37–53 tahun, mayoritas berpendidikan perguruan tinggi dan berpendapatan Rp 1.000.000–Rp 2.333.333, rata-rata memiliki jumlah anggota keluarga 4–5 orang, sebagian besar anggota keluarga konsumen terlibat dalam keputusan pembelian, serta didominasi bekerja sebagai wiraswasta.

Mayoritas konsumen bersedia membayar lebih beras lokal dengan estimasi rata-rata harga tertinggi yang bersedia dibayarkan sebesar Rp. 21.958, sehingga mengalami peningkatan harga sebesar 8,92% dari harga sebelumnya.

Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap beras lokal di Kot

a Bengkulu yaitu terdapat empat faktor yang berpengaruh signifikan terhadap variabel respon antara lain jenis kelamin (X1), tingkat pendidikan (X3), keterlibatan anggota keluarga (X6), dan pekerjaan (X7).

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fahrezi, & Uuh Sukaesih. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 189–199.
- Antriyandarti, E., Agustono, Ani, S. W., Rusdiyana, E., & Sukaton, D. L. A. (2023). Consumers' willingness to pay for local rice: Empirical evidence from Central Java, Indonesia. *Journal of Agriculture and Food Research*, 14(June), 100851.
- Aritonang, K. J., Siswati, L., & Ariyanto, A. (2023). Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Sayuran Organik Di Kecamatan Marpoyan Damai (Studi Kasus Di Toko Farmers Market Living World). *Jurnal Agribisnis*, 25(2), 144–154.
- Arthadian, R., & Ardianti, R. R. R. (2016). Keterlibatan Anggota Keluarga dalam Family Business dan Hubungannya terhadap Kinerja Bisnis (Studi pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman di *Agora*, 2(2), 1–11.
- Asriani, Daing, A., Fadrijin, U. N., & Makkira. (2024). Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran. 4(2), 71–81.
- Azizi, A., Hikmah, H., & Pranowo, S. A. (2017). Peran Gender Dalam Pengambilan Keputusan Rumah Tangga Nelayan Di Kota Semarang Utara, Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 7(1), 113.
- Damayanti, A. (2018). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Konsumen Terhadap Pembelian Beras Organik di PT. Galaksi Organik. *Skripsi*, 1–68.
- Eliza, Sayamar, E., & Kaswita, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Buah di Pasar Arengka (Pasar Tradisional dan Giant Hypermarket (Pasar Modern) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)*, 2(1), 15–34.
- Hasbi, A. R., Padapi, A., & Dewi, S. R. (2021). Analisis Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Beras Di Kabupaten Luwu. *AGROVITAL : Jurnal Ilmu Pertanian*, 6(1), 26.
- Helmi, A., & Sande. (2017). Pengambilan Keputusan Pembelian Keluarga. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank Ke-3(Sendi_U3) 2017*, 3(3), 464–469.
- Hidayah, I., Aliyah, I., & Akademik, P. (2023). Liberosis: Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling. *Liberosis: Jurnal Psikologi Dan Bimbingan Konseling*, 1(1), 1–8.
- Hidayati, N. (2018). Analisis Willingness to Pay Untuk Sayuran Organik di Tok All Fresh Bogor. *Skripsi*, 1–79.
- Husaini, M., Artiningsih, D. W., & Zamilah, E. (2020). Hubungan tingkat pendidikan dan persepsi konsumen tentang kualitas dan manfaat beras organik di Kota Barabai. *Journal Uniska Kediri*, 1(1), 1–8.
- Lestari, A. P., & Saidah, Z. (2023). Analysis of Consumer Preferences for Rice Attributes in Cibeunying Kidul District, Bandung City. *Agrikultura*, 34(1), 28–36.
- Marbun, D., Priyono, B. S., Suryanti, M., Sosial, J., Pertanian, E., & Pertanianuniversitas Bengkulu, F. (2015). Analysis Perception, Attitude, And Behavior Of Consumer To Durian Pancake (Case Study : Durian Pancake Production Of Celebrity Pancake). *Agrisep*, 15(2), 215–226.

- Margareta, L. T. (2017). Willingness to Pay Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik Cv. Kurnia Kitri Ayu Farm, Kota Malang. *Skripsi*, 1–87.
- Mauidzotuzzulfa, I. (2019). Pengaruh Tingkat Pendapatan Istri, Jumlah Anggota Keluarga dan Religiusitas terhadap Pola Konsumsi Keluarga Muslim: Studi Kasus Ibu Rumah Tangga yang Berdagang di Pasar Meteseh, Kecamatan Tembalang Kota Semarang. In *Jurnal Ekonomi Syariah* (Vol. 53).
- Mubarok, R., Anggraeni, D., Studi Ilmu Pertanian Pascasarjana Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, P., Studi Agribisnis, P., & Sultan Ageng Tirtayasa, U. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Beras Merek Ciberang Di Kabupaten Lebak Marketing Strategy Analysis of Ciberang Brand Rice in Lebak District. *Jurnal Ilmu Pertanian Tirtayasa*, 3(2), 2021.
- Priambodo, L. H., & Najib, N. (2016). Analisis Kesediaan Membayar (Willingness to Pay) Sayuran Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(1), 1–14.
- Putra, S., Feni, R., Feriady, A., Marwan, E., & Yawahar, J. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Beras Segininim di Pasar Ampere Kecamatan Pasar Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. *Jurnal Skripsi*, 1–12.
- Rahmadhani & Atikah, P. (2017). Analisis Preferensi dan Willingness to Pay Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Kota Medan. *Skripsi*, 1–68.
- Rizal. (2024). Analisis Preferensi Konsumen Beras di Kabupaten Bondowoso Indonesia (Studi Kasus Pada Beras “Putri Koki” Produksi PT. Samudra Indo Pangan Bondowoso). *Analisis Preferensi Konsumen (Rizal) Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 1–12.
- Sarina, & Hermawati. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pesediaan Beras Di Kota Bengkulu. *Jurnal AGROQUA*, 16(1), 25–32.
- Schmidt, J., & Bijmolt, T. H. A. (2020). Accurately Measuring Willingness to Pay for Consumer Goods: A Meta-Analysis of the Hypothetical Bias. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 499–518.
- Simarmata, L., Osak, R. E. M. ., Endoh, E. K. ., & Oroh, F. N. . (2019). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Broiler Di Pasar Tradisional Kota Manado (Studi Kasus “Pasar Pinasungkulan Karombasan”). *Zootec*, 39(2), 194.
- Suryani, N., Abdurrachim, R., & Alindah, N. (2016). Analisis Kandungan Karbohidrat, Serat Dan Indeks Glikemik Pada Hasil Olahan Beras Siam Unus Sebagai Alternatif Makanan Selingan Penderita Diabetes Mellitus. *Jurnal Kesehatan Indonesia*, 7(4), 94–100.
- Wedayani, A, A. A. N., Sudharmawan, A. A. K., & Andasari, N. (2023). Edukasi Kandungan Beras Merah bagi Kesehatan Pencernaan pada Petani Beras Merah di Desa Kembang Kuning Lombok Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(1), 225–227.
- Widiastuti, I., Amir, I. T., & Yuliati, N. (2023). Analisis Kesediaan Membayar Konsumen Terhadap Daging Sapi Di Kabupaten Tuban. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 10(1), 395.
- Wijaksono, W. (2016). Hubungan antara Keterlibatan Keluarga dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Pakaian Secara Online di Kalangan Mahasiswa Pondok Pesantren Sulaimaniyah Cipinang Jakarta Timur. *Skripsi*, 1–98.
- Zahroh, Z. Z., Zain, I., Statistika, D., Matematika, F., & Data, S. (2018). *Analisis Regresi Logistik Multinomial Pada Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sumber Air Bersih*

Rumah Tangga di Jawa Timur. 7(2).